

Российская академия народного хозяйства и государственной
службы при Президенте Российской Федерации
Школа медиакommunikаций института общественных наук



**ПРАВДА
НЕПРАВДА
ПОСТПРАВДА**

Сборник научных трудов проекта NOT ONLY

NOT ONLY 2018:
Теория и практика гуманитарных
исследований

Москва 2018

УДК 800/81
ББК 80
Г524

Редакционная коллегия:

Глазков А. В., кандидат филологических наук, доцент
(Россия, Москва)

Глазкова Е. А., кандидат филологических наук, доцент
(Россия, Москва)

Рецензенты:

Стефаньски Р., доктор политических наук
(Польша, Кельце)

Лисицын А. Г., кандидат филологических наук, доцент
(Россия, Москва)

Г524 Правда – неправда – постправда: Сборник научных трудов проекта NOT ONLY. NOT ONLY2018: Теория и практика гуманитарных исследований. – М., 2018. – 240 с.

ISBN 978-5-6041012-0-9

В сборник включены работы учёных России, Польши и Словакии.

**УДК 800/81
ББК 80**

ISBN 978-5-6041012-0-9



9 785604 101209

© РАНХиГС, 2018

ОГЛАВЛЕНИЕ

Батулина А. В.

Семантические метаморфозы наименований
лиц по роду занятий в post-truth дискурсе
(на материале массовой литературы) 6

Борюшкина Е. Н.

Правда и неправда русских азбук XVII – XXI веков 20

Гилевска Анна Мария

Влияние польского языка
на простую мову в XV – XVI вв. 29

Глазков А. В.

Расщепление реальности и проблема истинности:
прагматический и логический аспекты 37

Глазкова Е. А.

Правдоподобие как игра: анализ кейса
«Барнаульский метрополитен» 59

Захарова М. В.

Ошибки при разработке российских
территориальных брендов 99

Грязнова А. Т.

Языковые средства достижения эффекта
правдоподобия в прозе русского фэнтези 116

Космынин А. В.

Национальная правда от Войны до начала XXI века 134

Кудряшова А.

Правда факта и «вымысла» в русской автобиографической прозе: стилевые приемы 146

Лещак О. В.

Правда и постправда в информационном и коммуникативно-дискурсном аспекте 164

Нобис-Влязло Катажина

Правда, неправда и постправда в количественном измерении 201

Klimek Libor

Truth About Protection Orders in the European Union: Linguistic and Legal Aspects 216

Tadeusz Bartoś

Prawda, post-prawda: wszystko już było 228

БЛАГОДАРНОСТИ

Международный междисциплинарный проект «NOT ONLY: теория и практика гуманитарных дисциплин» выражает свою благодарность всем учёным, кто предоставил свои материалы для публикации, а также тем организациям и частным лицам, без участия которых издание тематического сборника не состоялось бы.

Проект выражает свою благодарность за организационную и финансовую помощь Институту общественных наук РАНХиГС и лично директору Школы Медиакоммуникаций Андрею Фетисову, а также Ольге Новиковой, принимавшей самое деятельное участие в подготовке сборника к печати.

Проект благодарит Институт филологии МПГУ и лично директора института филологии проф. Елену Чернышеву за большую организационную помощь.

Особую благодарность Проект выражает Университету Яна Кохановского в г. Кельце (Польша) за поддержку в издании сборника. Личная благодарность проф. Олегу Лещаку и доктору Рышарду Стефаньскому.

Руководитель проекта «NOT ONLY: теория и практика гуманитарных дисциплин»

кандидат филологических наук
Алексей Глазков

АННА БАТУЛИНА

*Россия. Новгородский государственный университет
имени Ярослава Мудрого*

Семантические метаморфозы наименований лиц по роду занятий в post-truth дискурсе (на материале массовой литературы)

Статья посвящена описанию манипулятивных установок современного медиадискурса, применяющихся по отношению к наименованиям лиц по роду занятий. Анализируются метаязыковые контексты в детективных романах Д. Донцовой, Т. Устиновой, указывающие на смысловую амбивалентность названной тематической группы лексики. Сделан вывод о несовпадении образа носителей профессий, так или иначе связанных с медиасферой, моделируемого СМИ, с их образом, отраженным в массовой литературе.

Ключевые слова: пост-правда, метаязыковая рефлексия, массовая литература, манипулятивные стратегии.

Актуальность понятий пост-правда, пост-истина для социальной реальности нашего времени не вызывает сомнений. Справедливо отмечается, что с наибольшей очевидностью феномен пост-правды проявляется в сфере лексики, обозначающей социально и идеологически маркированные концепты, такие как «элита», «реформа», «оптимизация», «толерантность», «демократия» [Сковородников: 50;

Вепрева: 97 – 98]. Однако процессы десемантизации, изменения коннотативного вектора затрагивают и другие пласты лексики, проникая в сферу потребления и досуга посредством языка медиальных средств и массовой, или популярной, литературы.

Объектом нашего внимания стали манипулятивные установки современного медиадискурса, применяющиеся по отношению к наименованиям лица по профессии или роду занятий. Материалом для исследования послужили метаязыковые контексты в детективных романах Д. Донцово́й и Т. Устиновой.

Под метаязыковыми комментариями понимается продукт метаязыковой деятельности, то есть «тип языкового поведения, предполагающий... наблюдение, анализ различных [языковых] фактов, оценку их» [Булыгина, Шмелев: 108]. Фрагмент текста может получить статус метаязыкового комментария и при отсутствии явных формальных показателей рефлексии – метаязыковых терминов (слово, название, называет(ся)...) – в том случае, если факт языка или речи характеризуется хотя бы по одному признаку: описание лексического значения, стилистических особенностей, лексического выбора.

Произведения массовой литературы, написанные на современном материале, характеризуются общими с масс-медиа особенностями жанра – ориентацией на отражение «языка текущего момента», стремлением погрузить читателя в стихию живой речи. Выполняемая популярной литературой функция «транслятора культурных символов» [Черняк: 140] делает этот жанр ценным источником информации о характере языковых изменений и их интерпретации носителями языка.

Названия лиц по роду занятий – одна из самых многочисленных и активно пополняемых групп существительных

в современном русском языке [Земская: 106; Ильясова: 126]. Несмотря на принадлежность значительной части лексем данной группы к сфере неологии, за многими словами закрепились ценностно-оценочные смыслы, которые раскрываются в метаязыковых контекстах.

Метаязыковые комментарии к наименованиям лица по роду профессиональных занятий разнообразны по содержанию. Предметом описания становятся как объективные компоненты смысла (специальное образование, виды профессиональной деятельности, сфера деятельности, атрибуты профессии), так и оценочная сфера анализируемых лексем (компетентность, образованность, опыт). В большинстве случаев и объективные, и субъективные компоненты смысла характеризуются со знаком «–»: актуализируются отрицательно оцениваемые признаки объекта рефлексии – «не обладающий соответствующими знаниями, квалификацией», «мнимый»:

(1) – Должность называется красиво: «управляющая», но на самом деле ты розга для официанток, боксерская груша для посетителей, девочка для битья Леонида Петровича, владельца кафе (1: 132);

(2) Никашима не учился в медицинском институте, заканчивал технический вуз, но потом понял, что лучше заделаться диетологом. Почитал кое-какую литературу и принялся учить людей уму-разуму. Экзотическая внешность здорово ему помогала, наши люди обожают иностранцев. Нет пророка в своем отечестве (2: 322);

(3) – Надеюсь, тебя не обманули слова «модельер» и «дизайнер»? Сейчас те, кто ни фиги не делает, так себя именуют. А что? Очень удобно, никто не станет проверять, что ты сшил или кому накреативил с интерьером! Одна Алена Семина честная, она светская львица! То бишь тусовщица (2: 62);

(4) Его одноклассник прикупил радиостанцию и позвал Кулагина работать в эфир, а еще один знакомец учредил журнал, и Анатолий стал пописывать и называться модным словом «колумнист» (3: 27);

(5) Она подсовывала Артёма в качестве «эксперта» знакомым телевизионным редакторам «по гостям». Те недоумевали немного, но все же приглашали на съемки — ради Мани они были готовы даже на такое (3: 250).

В качестве средств, указывающих на смысловую амбивалентность наименований профессиональных занятий, используется сочетаемость с пейоративами (заделаться диетологом, не обманули слова «модельер» и «дизайнер», подсовывала в качестве «эксперта»), контекстуальное наполнение негативными коннотациями значения объекта рефлексии (те, кто ни фигу не делает, тусовщица), графические средства — кавычки («эксперт»), конструкции противопоставления, которые демонстрируют не спор о денотате, а спор о названии.

В первом примере той же цели служит описание контраста внутренней формы субстантивата, мотивированного глаголом управлять — «2. кем-чем. Руководить, направлять деятельность кого-чего-н.» [Кузнецов: 1392], и его актуального значения, представленного в серии метафорических обозначений подчиненного, зависимого положения актуального субъекта метафоры, усиленного метаоператором со значением истинности (на самом деле). В лексикографической интерпретации лексемы управляющий оттенок значения «помощник руководителя» подается как устаревший, оценочные семы отсутствуют: управляющий — «Тот, кто управляет, руководит каким-л. учреждением, организацией, отделом и т.п. В трест пришёл новый у. // В России до 1917 г.: доверенное лицо владельца какого-л. хозяйства, имения и т.п., обеспечивавшее

производительную деятельность в них, поддержание порядка и т. п. У. заводом, фабрикой, помещьем. У. фабрики (разг.)» [Кузнецов: 1393].

В семантическую структуру рефлексива включаются обоснования истинности метаязыковой оценки, исходящей от автора текста, например указание на отсутствие специального образования, необходимости предъявлять обществу результаты «профессиональной деятельности». В то же время описаны социальные и психологические факторы, являющиеся причиной формирования у данных слов в массовом сознании положительной оценочной коннотации: это экзотическая внешность, иностранная фамилия (пример 1), мода на использование заимствований в качестве названия (пример 1, 2, 3, 4), доверие к «печатному слову» (примеры 2, 3).

Таким образом, в массовом сознании образующие ядро лексического значения денотативные компоненты смысла анализируемых лексем оказываются менее значимыми, чем ассоциативные и потенциальные семы, благодаря которым слово и получает мелиоративный оценочный фон. Показателен в данном отношении следующий фрагмент:

(6) Вообще говоря, ему хотелось шить, мальчик с огромным удовольствием кроил, а потом мастерил для кукол одежду. Но тогда такой профессии, как модельер, не знали. В СССР существовали только портные, и Иван, перепутавшись, что сын станет закройщиком, моментально выбросил из дома все иголки и нитки вкупе со швейной машинкой. (4: 74).

В данном случае формирование оценки явлений и событий осуществляется посредством приема альтернативной номинации. Словарные определения лексем портной и модельер предельно близки: портной — «Специалист по шитью платья» [Кузнецов: 927], модельер — «Специалист

по изготовлению моделей (1 зн.) » [Кузнецов: 550]. Как показывает приведенный контекст, заимствованное модельер, в отличие от исконного портной, обладает положительным ассоциативным фоном.

Одним из общепризнанных языковых способов манипулятивного воздействия является эвфемизация речи: «подбор говорящим таких обозначений, которые не просто смягчают те или иные кажущиеся грубыми слова и выражения, а маскируют, вуалируют суть явления» [Крысин]:

(7) Тут есть и депутаты, и актеры, и журналисты, и так называемые светские львы со львицами, а попросту бездельники, чей образ жизни состоит в переезде с одной вечеринки на другую (5: 95).

На эвфемистический характер наименования лица по роду занятий указывает употребление дисфемизмов бездельники, тусовщица в одном диагностическом контексте. При помощи метаоператора так называемые выступающий в качестве субъекта метаязыковой оценки автор стремится отмежеваться от свойственной СМИ манеры именовать праздную публику светскими львами и львицами. В Большом фразеологическом словаре В. Н. Телия фразеологизм светский лев имеет ярко выраженные положительные коннотации: «Пользующийся успехом и влиянием в высшем свете человек... Имеется в виду, что лицо (X) обладает качествами и манерами, отвечающими требованиям высшего света, умеет вести себя в соответствии с законами этих кругов общества... Говорится с одобрением, если отсутствует ироническое или саркастическое восприятие самого человека из т. н. привилегированных кругов...» [Телия: 621].

В метаязыковых комментариях манипулятивные установки медиадискурса нередко описываются посредством таких приемов, как ирония, или дискредитация номинации:

(8) — Степа, познакомься, — застрекотала коллега, — это Софья Петровна, победительница очередной акции, простая читательница нашего журнала и обычная покупательница.

Простая читательница и обычная покупательница? Как же! Одежда у мадам от дорогого бренда, обувь ей под стать, сумка ценой в мою трехлетнюю зарплату, собачка-йорк в холеных, унизанных перстнями и браслетами руках, серьги-люстры до плеч. Ну да, у нас все покупательницы такие... Ясное дело, кто-то из сотрудников пиар-отдела решил пристроить на бесплатную стрижку к топ-стилисту свою родственницу или подругу. Чем богаче человек, тем больше он радуется халяве.

... — Она вообще от кого?

— Жена Владимира Львовича, нашего коммерческого директора, — одними губами произнесла Водовозова (6: 38).

В данном случае стимулом к появлению комментария являются наименования простая читательница и обычная покупательница, не соответствующие, по мнению автора, своим референтам. Внимание на объекте рефлексии акцентируется при помощи диалогической цитации — «использования реплик собеседника (или их фрагментов) в иных (обычно оппозиционных) коммуникативных целях» [Арутюнова: 65]. В семантической структуре рефлексива наименования простая читательница и обычная покупательница вступают в системные отношения со словами: мадам — родственница или подруга (сотрудника пиар-отдела) — богатый человек — жена коммерческого директора, что можно рассматривать как антосинонимическую замену. В характеристику объекта рефлексии включен перечень признаков, иронически представляющих «простоту» и «обыкновенность»: брендовая одежда, обувь и аксессуары, ухоженная внешность, наличие дорогих украшений. Ср. простой — «5. только полн. Обыкновенный,

ничем не примечательный, не выделяющийся из других; заурядный» [Кузнецов: 1028]. Авторская ирония по поводу выбора наименования усилена экспрессивными конструкциями как же; ну да; ясное дело и пунктуационным оформлением фрагмента.

Следствием нечеткости, а точнее, незначимости информации о роде профессиональной деятельности является отраженная в метаязыковых комментариях возможность совмещения одним лицом нескольких профессиональных амплуа:

(9) — Боже, конечно, нет! — разозлилось чудо в розовых штанах. — Я пресс-секретарь, пиар-агент и адвокат гениального Кошечкина. Я Павел Иванов. Ударение на «а». Не Иванов, ни в коем случае не так! Где наш лучший в мире Кирилл-ножницы? (6: 40);

(10) — ... Слышала о Вениамине Подольском?

— М-м-м... — пробормотала я.

Златова закатила глаза.

— Боже! О нем же сейчас все интеллигентные люди говорят! Это художник, композитор, киноактер, режиссер, певец, журналист...

— А еще на гармошке играет, — буркнула я себе под нос, осторожно снимая кастрюльку с плиты.

Слава богу, Златова не услышала мое ехидное замечание (7: 6).

В девятом примере очевидные метапоказатели присутствуют лишь при описании произношения имени героя, однако на фоне общей коммуникативной направленности текста (ироническая характеристика персонажа) перечисление профессиональных занятий также воспринимается как фрагмент, несущий метаязыковую информацию. Читатель понимает, что названные должности — не более чем фикция, при помощи которой персонаж стремится

повысить свой статус. В десятом фрагменте стимулом для авторской рефлексии вновь становится пространственный список профессиональных занятий одного лица. Авторский скептицизм по отношению к описываемому явлению недвусмысленно выражен при помощи метаоператора ехидное замечание в ответной реплике.

О размытости дифференциальных признаков значения лексем — названий лица по роду деятельности — свидетельствуют контексты, в которых объективная информация о профессиональных занятиях оказывается менее значимой, чем оценочная информация:

(11) Его известности — как радиоведущего и «колумниста» — эти женщины... как бы это сказать... не понимали. Они существовали в окружении разнообразных ведущих, певцов, футболистов, режиссеров, боксеров, актёров, оперных теноров, сенаторов, президентов, папы римского и Майкла Джексона, куда тот не представился (3: 81).

В данном фрагменте основанием для противопоставления (не понимали известности как радиоведущего и «колумниста» — жили в окружении разнообразных ведущих...) служит не сфера деятельности, а степень известности, популярности.

Как следствие десемантизации в сфере описываемой тематической группы лексики можно рассматривать и появление метаязыковых комментариев к профессиональным качествам, которые, казалось бы, являются нормой:

(12) — В эфире радио «Пурга», — очень правильным мужским голосом сказал приемник, перестав петь. — Как всегда, в это время с вами Олег Преображенцев.

Олег Преображенцев говорил абсолютно свободно, легко и четко, в микрофон не сопел, не мямлил, не тянул, не пыжился, он просто говорил как высококлассный и опытный диджей (8: 41).

Достаточно протяженный синонимический ряд, при помощи которого описывается отрицательно оцениваемый тип речевого поведения, употребленный в антонимическом контексте (не X, просто Y), имплицитно указывает на распространенность типажа непрофессионального журналиста. В структуру рефлексива включены обоснования положительной метаязыковой оценки: оценочные эпитеты высококлассный, опытный, очень правильным мужским голосом, отсылающие к объективным компонентам смысла объекта рефлексии.

Наличие комментариев подобного рода в текстах Дарьи Донцовой и Татьяны Устиновой объясняется тем, что оба автора профессионально связаны с миром печатных СМИ и телевизионной журналистики. Поэтому анализ метаязыковых контекстов к именам лиц по роду занятий, так или иначе сопряженных с медиасферой, позволяет установить, какой образ носителей данных профессий формируется в медиадискурсе и насколько он соответствует реальному положению дел.

Интересно отметить, что в данном случае моделируемое масс-медиа представление о журналистах, экспертах, простых покупателях и др. не совпадает с образом представителей этих профессий, отраженным в массовой литературе о СМИ. Это неожиданно, поскольку, по общему мнению исследователей [Черняк, Черняк: 83], массовая литература является составной частью национального медиапространства и характеризуется общностью языка, тем, сюжетов, способов организации повествования.

Литература

1. Арутюнова Н. Д. Диалогическая модальность и явление цитации // Человеческий фактор в языке: Коммуникация, модальность, дейксис. М., 1992. С. 52 – 79.
2. Большой фразеологический словарь русского языка / отв. ред. В. Н. Телия. М.: АСТ-ПРЕСС КНИГА, 2010. 784 с.
3. Большой толковый словарь русского языка / Сост. и гл. ред. С. А. Кузнецов. СПб.: «Норинт», 1998. 1536 с.
4. Булыгина Т. В., Шмелев А. Д. Человек о языке (метаязыковая рефлексия в лингвистических текстах) // Логический анализ языка: Образ человека в культуре и языке. М., 1999. С. 146 – 161.
5. Вепрева И. Т. Языковая рефлексия в постсоветскую эпоху. М.: ОЛМА-ПРЕСС, 2005. 384 с.
6. Земская Е. А. Активные процессы современного словопроизводства // Русский язык конца XX столетия (1985 – 1995). М., 1996. С. 90 – 142.
7. Ильясова С. В. Языковая игра в коммуникативном пространстве СМИ и рекламы. М.: ФЛИНТА: Наука, 2013. 296 с.
8. Крысин Л. П. Эвфемизмы в современной русской речи. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://philology.ru/linguistics2/krysin-94.htm>. Дата обращения: 23.02.2018.
9. Сковородников А. П. О смысловой амбивалентности ключевых слов современного российского политического дискурса (на материале газетных текстов) // Политическая лингвистика. 2015 (52). С. 50 – 56.
10. Черняк В. Д. Массовая литература в понятиях и терминах: учеб. словарь-справочник. М.: ФЛИНТА, 2015. 192 с.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Д. Донцова. Мыльная сказка Шахерезады: роман / Дарья Донцова. — М.: ЭКСМО, 2011. — 352 с.
2. Д. Донцова. Тёмное прошлое Конька-Горбунка: роман / Дарья Донцова. — М.: ЭКСМО, 2014. — 352 с.
3. Т. Устинова. Один день, одна ночь: роман / Татьяна Устинова. — М.: Издательство «Э», 2017. — 352 с.
4. Д. Донцова. Доллары царя Гороха: роман / Дарья Донцова. — М.: ЭКСМО, 2004. — 340 с.
5. Д. Донцова. Досье на крошку Че: роман / Дарья Донцова. — М.: ЭКСМО, 2014. — 384 с.
6. Д. Донцова. Клеопатра с парашютом: роман / Дарья Донцова. — М.: ЭКСМО, 2017. — 320 с.
7. Д. Донцова. Матрешка в перьях: роман / Дарья Донцова. — М.: ЭКСМО, 2017. — 320 с.
8. Т. Устинова. Где-то на краю света: роман / Татьяна Устинова. — М.: Издательство «Э», 2016. — 352 с.

ANNA BATULINA

Semantic metamorphoses of names of persons by occupation in the post-truth discourse (based on mass literature)

Abstract: The article is devoted to the description of manipulative attitudes of the modern media discourse applied to the names of persons by occupation. Metalanguage contexts in the detective stories of D. Dontsova, T. Ustinova are analyzed, they point to the semantic ambivalence of the named thematic group of vocabulary. The conclusion is made about the

discrepancy between the image of the bearers of professions, somehow connected with the media sphere, which is modeled by mass media, with their image reflected in the mass literature.

Keywords: post-truth, metalanguage reflexion, mass literature, manipulative strategies.

Literatura

1. Arutyunova N. D. Dialogicheskaya modal'nost' i yavlenie tsitatsii // *Chelovecheskij faktor v yazyke: Kommunikatsiya, modal'nost', dejksis*. M., 1992. S. 52 – 79.

2. *Bol'shoj frazeologicheskij slovar' russkogo yazyka / otv. Red. V. N. Teliya*. – 4-e izd. – M.: AST-PRESS KNIGA, 2010. – 784 s.

3. *Bol'shoj tolkovyj slovar' russkogo yazyka / Sost. i gl. red. S. A. Kuznetsov*. – SPb.: «Norint», 1998. – 1536 s.

4. Bulygina T. V., Shmelev A. D. *Chelovek o yazyke (metazykovaya refleksiya v nelingvisticheskikh tekstakh) // Logicheskij analiz yazyka: Obraz cheloveka v kul'ture i yazyke*. – M., 1999. – S. 146 – 161.

5. Vepreva I. T. *Yazykovaya refleksiya v postsovetskuyu epokhu*. – M.: OLMA-PRESS. – 2005. – 384 s.

6. Zemskaya E. A. *Aktivnye protsessy sovremennogo slovoпроизводства // Russkij yazyk kontsa XX stoletiya (1985–1995)*. – M., 1996. – S. 90 – 142.

7. Il'yasova S. V. *Yazykovaya igra v kommunikativnom prostranstve SMI i reklamy / S. V. Il'yasova, L. P. Amiri*. – 3-e izd. – M.: FLINTA: Nauka, 2013. – 296 s.

8. Krysin L. P. *EHvfemizmy v sovremennoj russkoj rechi. [EHlektronnyj resurs]*. – Rezhim dostupa: <http://philology.ru/linguistics2/krysin-94.htm>. Data obrashheniya: 23 fevralya.

9. Skovorodnikov A. P. *O smyslovoj ambivalentnosti klyuchevykh slov sovremennogo rossijskogo politicheskogo*

diskursa (na materiale gazetnykh tekstov) // Politicheskaya lingvistika (52) 2015. — S. 50 — 56.

10. Chernyak V.D. Massovaya literatura v ponyatiyakh i terminakh: ucheb. slovar'-spravochnik / V.D. Chernyak, M.A. Chernyak. — 2-e izd., ster. — M.: FLINTA, 2015. — 192 s.

Spisok istochnikov

1. D. Doncova. Myl'naya skazka Shaherezady: roman / Dar'ya Doncova. — M.: EHKSMO, 2011. 352 s.

2. D. Doncova. Tyomnoe proshloe Kon'ka-Gorbunka: roman / Dar'ya Doncova. — M.: EHKSMO, 2014. 352 s.

3. T. Ustinova. Odin den', odna noch': roman / Tat'yana Ustinova. — M.: Izdatel'stvo «Eh», 2017. 352 s.

4. D. Doncova. Dollary carya Goroha: roman / Dar'ya Doncova. — M.: EHKSMO, 2004. 340 s.

5. D. Doncova. Dos'e na kroshku Che: roman / Dar'ya Doncova. — M.: EHKSMO, 2014. — 384 s.

6. D. Doncova. Kleopatra s parashyutom: roman / Dar'ya Doncova. — M.: EHKSMO,, 2017. 320 s.

7. D. Doncova. Matreshka v per'yah: roman / Dar'ya Doncova. — M.: EHKSMO, 2017. 320 s.

8. T. Ustinova. Gde-to na krayu sveta: roman / Tat'yana Ustinova. — M.: Izdatel'stvo «Eh», 2016. 352 s.

Адрес электронной почты:

b.av@bk.ru

ЕКАТЕРИНА БОРЮШКИНА

Россия, Московский городской педагогический университет

Правда и неправда русских азбук XVII – XXI веков

Статья «Правда и неправда русских азбук XVII – XX веков» содержит анализ лексического состава русских азбук и букварей указанного временного периода. Основная задача: осветить темы, традиционно табуируемые в современной педагогической коммуникации, но допустимые в других исторических периодах; выявить вымыслы, легенды, мифологемы, попадающие на страницы букварей и азбук.

Ключевые слова: азбука, букварь, правда, неправда, мифологема, педагогическая коммуникация.

Лексический анализ букварей и азбук разных исторических периодов обнаруживает множество фактов, интересных с точки зрения культурологи и лингвистической антропологии. В задачи данной статьи входит осветить темы, традиционно табуируемые в современной педагогической коммуникации, но допустимые в других исторических периодах; выявить вымыслы, легенды, мифологемы, попадающие на страницы букварей и азбук.

В букваре Кариона Истомина (1692 г.) не табуируется, а подлежит свободному обсуждению с учениками тема смерти. Так, букву «Г» иллюстрирует слово «Гробь», на

страницах букваря встречаются следующие вирши: «Душа съ плотію / всяко разлучитя || и паки имать / на вѣкъ единитя» [Истомин: 39]; «Никомуже здѣ / Смерть и Гробъ нестрашенъ || аще кто добрымъ / Жительствомъ оукрашенъ» [Истомин: 7]. Такова правда дискурса букваря Кариона Истомина.

Неправда дискурса букваря Кариона Истомина может быть описана следующим образом. Среди животных (зверей и птиц) на страницах данной книги появляются единорогъ, іппокентавръ, гамаюнъ, которые, вероятнее всего, не воспринимались как фантастические, выдуманые существа (см. «Физиолог»).

Особый лексикологический интерес представляет слово *ихнилатъ*, отсутствующее во всех имеющихся исторических словарях древнерусского языка. Мы предполагаем и практически уверены, что перед нами фонетическое искажение слова *ихнилатъ* (заимствование из греческого «ищущий, выслеживающий», др. — греч. «σπεῖω 'искать'»), которое также не приводится в исторических словарях в значении животного. Но что за зверь скрывается за этим словом? Рисунок в букваре абстрактно представляет небольшого зверька, передвигающегося на 4 лапах, имеющего хвост, и вряд ли может помочь дать ответ на поставленный вопрос. Решение этой непростой задачи помогло найти название одной книги, имеющей большое распространение на Руси в XVII веке, а именно «Стефанит и Ихнилат!» Это сборник переводных басен, появившийся на Руси в XV в. В основе его лежит индийский животный эпос, сохранившийся в санскритском сборнике «Панчатантра» IV в. Ихнилат в книге — это имя одного из главных героев первой и второй басен цикла, и принадлежит оно... шакалу. Ответ найден. Получается, что *ихнилатъ* в букваре Кариона Истомина — это шакал.

Обратимся далее к азбуке И. И. Теребенева «Подарок детям в память о событиях 1812 года» (1814 г.). Правда дискурса «Теребеневской азбуки» заключается в том, что эта книга — первая среди всех русских азбук и букварей по численности междометий как слов, иллюстрирующих буквы. Всего в ней встречается 7 таких лексем:

- А — Ась!
- Б — Беда! 'караул'
- Е — Ей! Ей!
- Н — Не худо!
- У — Ухъ!
- Ц — цыць!
- Э — Э! Э!

Другая правда дискурса азбуки И. И. Теребенева — это просторечные слова, «площадные выражения», которые содержатся в ней: «Заразу...знайте!», «Торчи в рядах!», «Смотри, ступай скорѣй, вить разомъ пришешеню!», «Свиную милость».

Обратимся к букварям и азбукам середины XIX века. На страницах азбуки К. Д. Ушинского «Родное слово для дѣтей младшаго возраста» (1864) и книги В. Водовозова «Русская азбука для дѣтей» (1875) встречаются названия алкогольных напитков: «Няня, налей вина» [Ушинский: 19], «Пиво, голова, солома» [Ушинский: 20], «Напитки: вода, квасъ, чай, кофе, молоко, пиво, вино» [Ушинский: 28], «Не достало ни пива, ни мѣду, то пейте воду» [Водовозов: 19]. Как видим, не все алкогольные напитки могли попасть на страницы учебников: крепкие алкогольные напитки, такие как водка, отсутствуют.

В азбуке В. Водовозова встречается также название болезни: «оспа, ай спасай» [Водовозов: 7].

Рассмотрим далее азбуки и буквари рубежа XIX — XX веков. Интерес представляют «Азбука» (1872) и «Новая

Азбука» (1874) Л. Н. Толстого. Впервые букву А иллюстрирует слово арбуз, которое закрепится в качестве основного примера на эту букву в советских букварях и азбуках. Любопытен дискурс «Новой азбуки» Л. Н. Толстого, включающий в себя слова дура [Толстой 1874: 7], дрянь [Толстой 1874: 27], фразу «У Тани ума мало» [Толстой 1874: 10].

В «Азбуке в картинах» (1904 г.) А. Н. Бенуа изображены некоторые удивительные и иногда шокирующие подробности жизни разных народов. Правда дискурса азбуки А. Н. Бенуа — это африканские людоеды и жители крайнего севера, питающиеся сырой рыбой; страус, используемый как ездовое животное.

Кроме того, правда дискурса «Азбуки в картинах» А. Н. Бенуа заключается также в том, что сюжеты книги часто пугают и устрашают. Среди иллюстраций к азбуке — дети, которые прячутся от Бабы-Яги, ведьма, которая заманивает брата с сестрой в пряничный домик, свирепствующий ураган, дымящееся чудовище в театральном действии, поединок с драконом и проч. Вероятно, здесь нужно видеть романтическую идею: мужественный характер, героический дух раскрываются и проверяются в экстремальных условиях.

Неправда «Азбуки в картинах» А. Н. Бенуа и «Азбуки» Е. М. Бём (1914 г.) выражается в том, что в двух этих книгах встречается множество вымышленных, фантастических существ: Баба-Яга, великанъ, волшебникъ, эльфы — в азбуке Бенуа; драконъ жаръ-птица, избушка на курьихъ ножкахъ, русалка, сиринь, Яга Баба, лѣшій, вѣдьма — в азбуке Е. М. Бём.

Необходимо отметить неправду дискурса «Азбуки» Е. М. Бём, которая сама творит легенду вокруг собственной книги. В конце ее она пишет, что «разнообразныя и необычайно красивыя рукописныя буквы изъ «Буквицы»

временъ Царя Алексѣя Михайловича послужили поводомъ къ составлению настоящей «Азбуки». Однако существовала ли такая книга «Буквица»? Нам она не известна. Сам термин «буквица» использовался для обозначения украшенной заглавной буквы, а не для названия книг. Вероятнее всего, вдохновилась Е. М. Бём «Букварем» Кариона Истомина, созданным 1692 – 1693 гг. Структурно он очень близок к ее азбуке: содержит большое количество слов (более 300), тематические группы зачастую совпадают. Различие состоит в том, что букварь К. Истомина описывает реалии, актуальные для своего времени, а «Азбука» Е. М. Бём задумана как книга историческая.

Заметим, что буквицы букваря К. Истомина не совпадают с буквицами «Азбуки» Е. М. Бём. И вообще буквицы в Азбуке Е. М. Бём заметно отличаются друг от друга по стилю исполнения (присутствуют буквы, выполненные в стиле растительного орнамента, в тератологическом, зверином, стиле и некоторых других). Столь разные буквицы вряд ли могли встретиться на страницах одной книги. Их источники требуют отдельного исследования.

Обратимся к азбукам и букварям XX века. В 1919 г. появляется «Советская азбука» Владимира Маяковского. Правда дискурса этой азбуки заключается в том, что она — первая среди русских азбук по содержанию имен собственных. В ней встречается 14 лексем, называющих имена или фамилии лиц: Вильсон, Керенский, Ллойд-Джордж, Юденич, Носке, Сазонов, Деникин, д'Аннуцио, царь Николай, Чалдон, Колчак, фон дер Гольц, Милюков. Другие имена собственные из азбуки В. Маяковского: Рига, Воронеж, Рим, Тибр, Фиуме, Лига наций, Антанта..

«Советская азбука» продолжает традицию «Теребеневской азбуки», включая в свой состав в большом количестве просторечные слова и выражения: «сборище громил»,

«воткнуть перо в ягодицы», «не взят за жабры», «стибрить», «охочи зря приврать», «нам не всучите», «прет на Ригу», «есть где воришкам разогнаться», «дело рачье», «сволочь разная», «красен в меру, как редиска», «проиудить», «уже ли жив еще, курилка!?».

Еще одна правда дискурса азбук XX века должна быть обозначена. В 1931 году выходит «Советская эротическая азбука» С.Д. Меркурова. Слов не содержит.

Для описания неправды дискурса азбук XX века в данной статье мы выбрали следующую. В «Рабочей азбуке» И.А. Бродского нет профессии на Е: «Жадность букв ужасна, дети, / Я проехал страны все, / но на свете, ах, на свете / Нет профессии на Е». Почему? Вряд ли И.А. Бродский не знал, к примеру, слова егерь. «Рабочая азбука» И.А. Бродского очень автобиографична, а такие факты биографии поэта, как обвинения в тунеядстве, повлекшие за собой арест, и невозможность получения профессии в связи с еврейским происхождением дают ответ на вопрос, почему нет профессии на Е. Под этой буквой поэт поставил фигуру умолчания: Е — еврей, нет профессии для него.

Среди азбук XXI века мы выбрали для анализа книги Д.С. Герасимовой «Азбука. Игра в слова» (2015 г.) и «Азбука превращений» (2017 г.). Правда дискурса азбук Д.С. Герасимовой обнаруживается в восточной философии, которая вербализируется не только отдельными лексемами (Й — йог), но и идеями в текстах азбуки: «Я — это я./ Набрал я/ яблочек ящик, / Ловил стрекоз/ Я солнечных, блестящих,/ Я видел ягуаров и ягнят,/ Я слышал/ Как ветра/ В траве звенят,/ Я гладил/ Ящериц/ Янтарных/ Наяву,/ Я жил когда-то,/ И опять — живу!» (идея реинкарнации) [Герасимова 2017].

Литература

1. Бенуа А. Н. Азбука в картинах. М.: РИПОЛ классик, 2014. 72 с.
2. Бём Е. М. Азбука. Париж: 1913 — 1914. 5 вып. 30 л.
3. Бродский И. Рабочая азбука: Стихотворение. СПб.: Акваель, «Книжная лаборатория», 2017. 48 с.
4. Водовозов В. Русская азбука для дѣтей» СПб.: Типография В. С. Балашева и М. М. Стасюлевича, 1875. 105 с.
5. Герасимова Д. С. Азбука. Игра в слова. М.: Эксмо, 2015. 64 с.
6. Герасимова Д. С. Азбука превращений. М.: Лабиринт-Пресс, 2017. 64 с.
7. Истомин Карион. Букварь. Набор репродукций. М.: Белый город, Воскресный день, 2014. 38 с.
8. Маяковский В. Советская азбука. М.: Типография Строгановского училища, 1919. 30 с.
9. Меркуров С. Д. Русская азбука из 36 букв от А до ижицы. Альбом эротических рисунков. СССР, 1931 г.. 36 л.
10. Теребенев И. И. Подарок детям в память 1812 года. СПб, 1815. 34 л.
11. Толстой Л. Н. Азбука. СПб., 1878. 372 с.
12. Толстой Л. Н. Новая Азбука. М.: Типография А. Горлецакого и М. Терехова, 1875. 96 с.
13. Ушинский Н. Д. Родное слово для дѣтей младшаго возраста. СПб., 1864. 112 с.

EKATERINA BORYUSHKINA

Truth and falsehood of Russian alphabet of XVII – XX centuries.

Abstract: The article «Truth and falsehood of Russian alphabet of XVII – XX centuries» contains the analysis of lexical structure of Russian alphabet and letters of the specified time period. The main task: to highlight the topics traditionally tabooed in modern pedagogical communication, but acceptable in other historical periods; to reveal the fictions, legends, mythologems that fall on the pages of letters and alphabet.

Keywords: alphabet, right, wrong, mythologem, pedagogical communication.

1. Bem E. M. Alphabet. Paris: 1913 – 1914. 5 issue. 30 p..
2. Benoit A. N. Alphabet in pictures. M.: RIPOЛ classic, 2014. 72 p.
3. Brodsky I. the working alphabet: a Poem. SPb.: Aqual, Book laboratory, 2017. 48 p.
4. Gerasimov D. S. Alphabet. Word game. M.: Eksmo, 2015. 64 p.
5. Gerasimova D. S. Alphabet of transformations. M.: Labyrinth Press, 2017. 64 p.
6. Istomin Karion. Primer. Set of reproductions. M.: White city. Sunday, 2014. 38 p.
7. Mayakovsky V. Soviet alphabet. M.: printing house of Stroganov school, 1919. 30 p.
8. Merkurov S. D. The Russian alphabet of 36 letters from A to izhitsa. Album of erotic drawings. USSR, 1931. 36 p.
9. Terebenev I. Gift to children in memory of 1812. St. Petersburg, 1815. 34 p.

10. Tolstoy L.N. A New Alphabet. M.: Printing house of A. Tarlecki and M. Teragawa, 1875. 96 p.

11. Tolstoy L.N. Alphabet. SPb., 1878. 372 p.

12. Ushinsky N.D. Native word for children of younger age. St. Petersburg, 1864. 112 p.

13. Vodovozov V. Russian alphabet for children « SPb.: Printing House of V.S. Balashev and M.M. Stasyulevich, 1875. 105 p.

Адрес электронной почты автора:

chernyj_drozd@mail.ru

АННА МАРИЯ ГИЛЕВСКА

Россия, Московский педагогический государственный университет

Влияние польского языка на «просту мову» в XV–XVI вв.

Главным вопросом настоящей статьи является влияние польского языка на западнорусский («просту мову») в XV – XVI вв. В работе делается попытка разъяснить, чем был официальный язык Великого княжества Литовского, каким образом польский язык оказывал на него влияние и какие обстоятельства этому способствовали. В статье приводится достаточно большое количество примеров заимствованных польских и других западноевропейских слов, а также фрагменты текстов XV – XVI вв.

Ключевые слова: «проста мова», Великое княжество Литовское, польский язык, лексика, заимствования

Главным официальным языком Великого княжества Литовского (далее: ВКЛ) был западнорусский (называемый также «простой мовой»), употреблявшийся как в письменном, так и в устном варианте. Письменный западнорусский употреблялся (наряду с польским), как главный язык великокняжеской канцелярии.

Язык ВКЛ в первой стадии своего развития принял древнерусскую основу, затем элементы говоров большого этноса, жившего в пределах ВКЛ, т. е. русинов. Позже, он

принял часть польской лексики, а также некоторые западноевропейские, в том числе латинские слова, которые до этого были уже заимствованы польским языком. В XVI—XVII вв. носители этого языка, чаще всего, именовали его как «проста мова» или «русска (руська) мова» [Citko:20]. По своей природе, язык, на котором говорили жители ВКЛ, является очень богатым и необычным, поэтому и интересным для исследователей.

Проникновение западной лексики в «просту мову» в период Средневековья было обусловлено географическим расположением ВКЛ, политическими и социокультурными процессами того времени. Пополнению словарного состава иноязычными словами способствовала также международная торговля и, прежде всего, возникновение в XIV веке великокняжеской канцелярии. Она начала действовать с момента Кревской унии (1385 г.), т.е. первого союза ВКЛ с Польшей.

Первые польские элементы в письменном языке ВКЛ появляются уже в XIV—XV вв. Наличие единиц, заимствованных из польского языка, в текстах того времени отмечают исследователи старобелорусской и староукраинской письменностей А. Жураўський и А. Булыка. Они наблюдают самое широкое распространение полонизмов в «простой мове» во второй половине XVI века, после Люблинской унии 1569 г. [Citko:20]. Внимание польским лексическим единицам в памятниках западнорусской письменности уделил также Хр. Станг, исследователь канцелярского языка ВКЛ.

Первоначальной сферой проникновения польской лексики стал административный язык. Уже в западнорусских памятниках деловой письменности XV в. отмечается некоторое количество полонизмов, например: (1) векуистый, (2) велебный, (3) водлугъ, (4) волати, (5) дбати, (6) едность,

(7) моцъ, (8) никгды, (9) обронца, (10) окрутный, (11) опока, (12) панъ, (13) цнота [Булыка:5].

Процесс полонизации ускоряется в XVI—XVII вв. вместе с развитием литературно-книжной разновидности западнорусского языка. В это время польский становится языком культуры ВКЛ и широко распространяется в высших слоях общества, а владение польским языком становится признаком престижа. Среди слов, которые наблюдаются в текстах того времени, мы наблюдаем следующие лексемы: (1) брода, (2) влока, (3) влосъ, (4) длото, (5) длутый, (6) злото, (7) кгардло, (8) кгродъ, (9) оброна, (10) плотно, (11) слодкий [Булыка:6].

Пополнение словарного состава любого языка заимствованными лексическими единицами даёт языку способность обслуживать самые разнообразные сферы жизни — от бытовой до научной и литературной. В формировании «простой мовы» очень важную роль сыграло заимствование западноевропейской лексики. Вместе с расширением политических, экономических, культурных и других связей в ВКЛ появились новые предметы и понятия. Слова иноязычного происхождения очень часто заменяли те исконные, которые выходили из общего употребления на разных этапах общественного развития. Таким образом, в западнорусском языке заимствованными единицами был пополнен словарный состав всех областей лексики:

Заимствования XV в. [Булыка:20 — 184]:

— Общественно-политическая лексика — (1) владза, (2) выдавца, (3) земянинъ, (4) ознаймяти, (5) пани, (6) панъ, (7) пановати, (8) панство, (9) повятъ, (10) радца, (11) сеймъ, (12) устава, (13) ухвала, (14) корона, (15) маестать, (16) бурмистръ, (17) войтъ, (18) маршалокъ, (19) мордовати, (20) охмистръ (гохмистръ), (21) рыцерь, (22) шляхта, (23) мещанинъ, (24) обыватель;

– Юридическая лексика – (1) збродень (в значении: преступник), (2) декретъ, (3) еднати (в значении: мирить), (4) оправца, (5) позевъ, (6) позывати, (7) скаркга, (8) лотръ;

– Канцелярская лексика – (1) артыкуль, (2) копия, (3) привилей, (4) реестръ, (5) секретар, (6) паперъ;

– Военная лексика – (1) гетманъ, (2) жолнеръ, (3) звытяжца, (4) вальчити, (5) звытяжество, (6) тарча, (7) бронь, (8) зброя, (9) армата;

– Социально-экономическая лексика – (1) державца, (2) подскарбий, (3) жебракъ, (4) аренда, (5) дедицтво, (6) зыскъ, (7) пожичати, (8) скарбъ, (9) рынокъ, (10) ярмарокъ;

– Бытовая лексика – (1) ланцухъ, (2) лихтаръ, (3) келихъ, (4) лампа, (5) баволна, (6) бутъ, (7) рубокъ (в значении: платок), (8) одейстье;

– Лексика, характеризующая природу в бытовом и научном плане – (1) выспа, (2) яскиня, (3) мрамуръ, (4) быдло, (5) алоесь, (6) кгвоздикъ, (7) розынки;

– Слова, которые употреблялись в сфере религиозной жизни – (1) бернардынъ, (2) кардиналь, (3) кармелить, (4) пробощъ, (5) арцибискупъ, (6) бискупъ, (7) каплица, (8) октава, (9) гомилия, (10) чистецъ, (11) костель, (12) мша.

Заемствования XVI в. [Булыка: 20 – 184]:

– Общественно-политическая лексика – (1) дозорца, (2) наместникъ, (3) наслідовца, (4) преслядовца, (5) справца, (6) електоръ, (7) електъ, (8) сенаторъ, (9) шпекгъ, (10) апробовати, (11) ветовати;

– Юридическая лексика – (1) банита, (2) екзекуторъ, (3) енераль/генераль (в значении: главный судебный исполнитель), (4) прокураторъ, (5) синдикъ, (6) вязень, (7) злочинца, (8) кривоприсяжца;

– Канцелярская лексика – (1) акты, (2) екстрактъ, (3) метрика, (4) паракграфъ, (5) статутъ, (6) универсаль (в значении: указ), (7) квитъ, (8) канцелярия, (9) корыкговати;

– Военная лексика – (1) ротмистръ, (2) бранец (в значении: военнопленный), (3) хоронжий, (4) вахта, (5) рота, (6) шанец, (7) шпица, (8) штурмовати;

– Социально-экономическая лексика – (1) экономъ, (2) фундаторъ, (3) надавца, (4) цельникъ, (5) наступца, (6) крамаръ, (7) економия, (8) интерциза, (9) посессия, (10) фундушъ, (11) даровизна, (12) коштъ;

– Бытовая лексика – (1) бритванна, (2) ванна, (3) зекгаръ, (4) коневъ, (5) лина, (5) пудло, (6) фляша, (7) шафа, (8) воръ (в значении: мешок), (9) кгарнецъ, (10) компась, (11) лятарня, (12) пуздро, (13) торба, (14) замшъ, (15) коць, (16) пончоха, (17) плахта;

– Лексика, характеризующая природу в бытовом и научном плане – (1) элементъ, (2) комета, (3) натура, (4) гияцынтъ, (5) шафиръ, (6) крушець, (7) ботьанъ (в значении: аист), (8) еднорожець, (9) качка, (10) качоръ;

– Слова, которые употреблялись в сфере религиозной жизни – (1) викарий, (2) геретикъ, (3) евангеликъ, (4) еремита, (5) каноникъ, (6) капелянъ, (7) катехистъ, (8) католикъ, (9) кустошъ, (10) пастеръ, (11) схизматикъ, (12) атеистъ, (13) вызнавца, (14) ксендзъ.

До XV в. влияние польского языка не было столь активно, сколь в последующие периоды, поэтому большого влияния польского языка на лексический состав «простой мовы» в этот период не наблюдается. Во второй половине XVI в., а именно в 1569 году, заключается более тесный союз Литвы с Польшей – Люблинская уния. Образуется государство с названием Речь Посполита обоих народов, которое включает в себя Литву и польскую Корону. С этого момента начинается процесс интенсивной полонизации ВКЛ, что отражается и в текстах того времени. Большинство из них составляется на польском языке. Этот процесс хорошо наблюдается на примерах фрагментов из текстов:

(1) «Виленский список» (нач. XVI в.): «У Великой мести и в ласце княз великий Евнутїи въ большинстве быда не полюбился има и змовилися межи собою братья»;

(2) «Ольшевский список» (1550 года): «Po malich czasiech vmrze brat iego ktori miąszkal na Iurborku ni maiącz dzieci i brat iego kunas vezmie i tą część iego brata swego borkai zamek iurbork i w tei części iego będzie panoval»;

(3) «Список Быховца» (кон. XVI — нач. XVII вв.): «Atila samę królewnę i tych wszystkich jedenaście tysięcy panien przy niej zabił, a ony dla imienia christusowego stały się męczennicami».

Анализируя польские заимствования в западнорусском языке, мы приходим к выводу, что выделить полонизмы в памятниках письменности ВКЛ непросто из-за близкого родства этих языков. Иногда сложно отличить польские слова от, например, белорусских архаизмов, близких к словам польского языка в семантическом и словообразовательном аспектах. В таком случае, можно просто выделить лексику общую для польского и белорусского языков. Примерами таких лексем являются имена существительные женского рода с суффиксом *-изна*, например: боярщизна, головщизна, отчизна, поконевищизна, серебщизна, имена существительные мужского рода с формантам *-ца*, например: законца, оборонца, ответца, святокрадца, святокупца, указца, и др. [Булыка: 6].

Несмотря на трудности такого рода, и изучив приведенные в настоящей статье примеры, мы наблюдаем влияние польского языка на «просту мову», путем постепенного заимствования лексики на протяжении XV—XVI вв. Одновременно понимаем, в каких обстоятельствах это происходило. И хотя рамки текста не позволяют привести полную картину этого процесса, мы постарались указать, хотя бы, общий чертеж данного вопроса.

Літэратура

Citko L. «Kronika Bychowca» na tle historii i geografii języka białoruskiego. Białystok, 2006. 509 s.

Stang Ch. S. Die westrussische Kanzleisprache des Grossfürstentums Litauen. Dynwad. Oslo, 1935. 166 s.

Булыка А. М. Даўнія запазычанні беларускай мовы. Мінск, 1972. 382 с.

Булыка А. М. Лексичныя запазычанні ў беларускай мове XIV – XVIII стст. Мінск, 1980. 256 с.

Жураўскі А. І. Гісторыя беларускай літаратурнай мовы. Том 1. Мінск, 1967. 87 с.

ANNA MARIA GILEWSKA

The influence of the Polish language on the «simple language» in the XV–XVI centuries

Abstract: The main issue of this article is the influence of the Polish language on the West Russian («simple language») in the XV – XVI centuries. The attempt is made to explain what the official language of the Grand Duchy of Lithuania was, how the Polish language influenced it and what circumstances contributed to it. The article cites a rather large number of examples of borrowed Polish and other Western European words, as well as fragments of texts from the 15th-16th centuries.

Keywords: «simple language», Grand Duchy of Lithuania, Polish language, vocabulary, borrowings

Literature:

Citko L. «Kronika Bychowca» na tle historii i geografii języka białoruskiego. Białystok, 2006. 509 s.

Stang Ch. S. Die westrussische Kanzleisprache des Grossfürstentums Litauen. Dynwad. Oslo, 1935. 166 s.

Bulyka A. M. Dauniya zapazychanni belaruskay movy. Minsk, 1972. 382 p.

Bulyka A. M. Leksichniya zapazychanni u belaruskay move XIV – XVIII stst. Minsk, 1980, 256 p.

Zhurauski A. I. Historiya belaruskay literaturnay movy. Tom 1. Minsk, 1967. 87 p.

Адрес электронной почты автора:
aniag1931@wp.pl

АЛЕКСЕЙ ГЛАЗКОВ

МПГУ, РАНХиГС

Расщепление реальности и проблема истинности: прагматический и логический аспекты

Splitting of Reality and Problem of Truth: Pragmatic and Logical Approaches

В статье ставится проблема, какими средствами достигается нечеткость в выражении истинности в высказывании. Основным понятием является расщепление реальности – существование или возможность существования двух высказываний, содержащих несовместимые пропозиции в рамках одной и той же ситуации. Предложения о расщепленной реальности не отвечают закону противоречия. Подобные высказывания о будущем анализировались со времен Аристотеля. Мы показываем в нашей статье, что они вообще нормальны в реальном модусе реальности, то есть если автор говорит о чем-либо как о реально существующем. В последней части статьи мы показываем расщепление реальности в нарративных текстах.

I consider in my article the problem by what means is created inconsistency in the utterance. The basic notion is splitting reality that means an existence or possibility of existence of

two utterances included incompatible propositions within the situation. Sentences on splitted reality do not satisfy the law of noncontradiction. This kind of sentences were considered since the time of Aristoteles. I argue in my article that they are normal in the real mode of reality, i. e. if the author talks about something as about really existing. In the last part of the article I show splitting reality in the narrative texts.

1. Введение

То, что истинность едва ли представляет собой бинарную оппозицию «истинное — ложное», было поставлено под сомнение уже в античности. Аристотель обнаружил проблему высказывания о будущем, для которого в момент произнесения высказывания невозможно установить, истинно оно или ложно. Много веков спустя это положило основу для создания модальной логики, а точнее, системы модальных логик. Я. Лукасевич [Łukasiewicz 1997], изучавший логические труды Аристотеля, решил задачу о высказывании по поводу будущего события так, что ввел в систему «истинное — ложное» третий элемент «возможное», которое не истинно и не ложно. При этом проблема высказывания о будущем не перестала быть актуальной и заинтересовала ученых-прагматиков. В прагматике одним из ключевых понятий стало понятие «условий истинности», до известных пределов противопоставившее семантику и прагматику. Дж. Остин высказал идею о том, что иллокутивный речевой акт обладает условиями не истинности, а успешности. Например, приказ не может быть истинным, но высказывание о нем будет успешным, если получатель сообщения поймет, в чем состоит смысл приказа. В трудах Дж. Остина [Austin 1953], Дж. Серля [Серль 1987], Э. Энском [Anscombe 1957] была высказана идея о разных «направлениях соответствия» между миром

и словом в разных типах речевых актов. Так, при локутивном речевом акте направление соответствия таково, что слово поверяется миром, то есть он истинен, если высказывание соответствует положению вещей в мире. Напротив, при директиве мир поверяется словом: высказывание будет успешным, если мир изменится, подстроится под него. Локутивные высказывание о будущем, что показали в своих исследованиях Дж. МакФарлейн [MacFarlane 2003] и позднее К. Корты [Korta 2017], имеют иное направление, чем высказывания о настоящем. Это позволило К. Корте противопоставить высказывание о будущем и утверждение о будущем, первое из которых привязано к моменту речи и не может быть рассмотрено вне его, а второе допускает оценку в момент, когда будущее свершится и станет сначала настоящим, а потом прошедшим. Следовательно, высказывание о будущем может быть охарактеризовано в системе условий успешности, а утверждение о будущем — в системе условий истинности.

Выводы К. Корты представляются верными, однако у нас возникает вопрос, возможно не столько в критическом аспекте, сколько в аспекте развития данной точки зрения. Насколько продуктивно и несомненно то, что система возвращается к контрадикторности «истинное — ложное»? Как быть с предложениями с модальными модификаторами типа «Вероятно, E» (под E будем понимать некую пропозицию)? Оказывается, что установить их истинность можно лишь частично. Логический аналог находим в теории нечетких множеств Л. Заде [Zadeh 1965]. Суть ее заключается в том, что член множества входит в данное множество с долей вероятности, то есть если вероятность вхождения члена в множество меньше 1, то он одновременно входит и не входит в данное множество. Модальным оператором, который действует аналогично численному,

Л. Заде называет лингвистическую переменную – модальное слово, которым обозначается неисчисляемая вероятность вхождения элемента в нечеткое множество.

Л. Заде утверждал, что классическая логика есть подмножество нечеткой логики. В таком случае истинное утверждение есть истинное утверждение при единичной вероятности вхождения его в множество истинных утверждений. Введение модальных операторов сокращает вероятность того, что утверждение истинно. Причем его введение возможно в высказывании как о будущем, так и о прошлом и настоящем. Тем самым прагматическое и логическое различие высказываний о будущем, с одной стороны, и о прошлом и настоящем с другой не так резко, как могло бы показаться.

Обозначим высказывание с модальным оператором как UmE . Параметр m принимает значения от 0 до 1. Для любого $m < 1$ истинность U справедлива в той степени, в какой это допускается модальным оператором m . Из этого следует, что при этом UmE не безоговорочно истинно, то есть $UmE = UE \vee U - E$.

Отсутствие модального оператора должно восприниматься нами как утверждение несомненной истинности высказывания, то есть $m = 1$, а $UE = T$. При общении с живым языком мы можем предположить, что в высказывании по какой-то причине отсутствует не равный единице модальный оператор. В таком случае $UE = Um? E \neq T$. Тогда $Um? E = UE \vee U - E$.

В нашей статье мы рассмотрим высказывания, которые соответствуют модели $Um? E$. В разделе 2 речь пойдет о понятии расщепления реальности, соответствующем модели $UE \vee U - E$. В разделе 3 мы рассмотрим возможные прагматические условия возникновения высказываний с невыраженными модальными операторами, вызывающие

расщепление реальности. В разделе 4 мы будем говорить о нарративе с расщепленной реальностью.

2. Расщепление реальности

Прежде всего укажем, что под реальностью мы понимаем не нечто существующее отдельно от человеческого разума, а, напротив, окружающий мир, воспринимаемый человеком, результат рефлексии над внешним, образ мира под интенциональным взглядом. Только такой подход позволяет говорить о мире в языковом представлении. Немецкий философ конца XIX – начала XX века Ханс Файхингер [Vaihinger 1922] определил восприятие человеком мира через оператор «как если бы», а категории, приписываемые человеком миру, назвал фикциями. Этот подход, оцененный как скептический, в принципе не противоречит более поздним антропоцентрическим подходам к проблеме высказывания, в котором не отражается реальность, а представляется в том виде, которым представляется автору адекватным. Поскольку целью нашей статьи является найти способы, которыми автор высказывания представляет мир таким, каким хочет представить, подход к реальности как образу внешнего мира в сознании человека представляется наиболее соответствующим.

Исходный тезисы таковы:

- 1) одно и то же событие может быть представлено в разных языковых выражениях;*
- 2) одно и то же языковое выражение может представлять разные события.*

Обратимся к примеру, приведенному в [Levinson 2000].

(1) На красном кубе стоит зеленая пирамида.

Согласно первой эвристике С. Левинсона, что не сказано, того не существует. Из этого следует, что на красном кубе стоит зеленая, а не голубая пирамида. Если бы мы

сказали, что на красном кубе стоит голубая пирамида, это было бы неверно.

Рассмотрим другой пример:

(2) *На красном кубе стояла то ли зеленая, то ли голубая пирамида.*

Высказывание (2) вполне возможно для случая, если автор не помнит точно ситуации, в которой он видел соответствующую геометрическую композицию. Использование разделительного союза помогает автору снять с себя ответственность за истинность высказывания: оно оказывается истинным в обоих случаях. Однако оба случая не могут существовать одновременно в одном и том же месте. Это запрещено законом противоречия. Этого не позволяет и здравый смысл: мы понимаем, что пирамида не может быть сразу и голубой, и зеленой. Если же она выкрашена в оба этих цвета, следует назвать ее иначе. Из этого следует, что высказывание (2) сложнее, чем высказывание (1), так как оно способно назвать две ситуации, одна из которых должна соответствовать действительному положению дел, а вторая — нет. Пользуясь приведенными ранее формулами, высказывание (2) соответствует схеме $UE \vee U - E = T$. Поскольку ситуации различаются цветом пирамид, которые увидел наблюдатель, обозначим их так: E_g для ситуации с зеленой пирамидой и E_b для ситуации с голубой пирамидой. Тогда:

$$(UE_g = T \text{ iff } UE_b = F) \vee (UE_b = T \text{ iff } UE_g = F)$$

Само по себе утверждение в отрыве от ситуации говорения представляет два равновероятных события, а при условии что высказывание об одном должно быть истинно, решение о том, какое истинно, отсутствует.

Если же высказывание сделано о каком-то конкретном событии, о котором говорящий не имеет четкого представления, решение должно существовать, но оно требует

привлечения дополнительной информации о событии, чтобы убедиться, какой из вариантов верен.

Сделаем небольшое отступление. Представленные различия касаются того, что мы предлагаем называть «модусом реальности». Под этим термином мы понимаем модальные отношения между автором текста и представляемой реальностью и выделяем три модуса реальности: общий, реальный и условный. Общий модус не подразумевает ситуации общения и позволяет рассматривать утверждение как таковое, выделяя в нем все возможные семантические и прагматические варианты. Реальный модус подразумевает выражение в высказывании реальности, реально существующей, а поэтому об одном и том же событии может существовать неограниченное количество высказываний, за счет чего увеличивается ответственность автора сообщения за достоверность сообщенного. Условный модус реальности имеет в качестве объекта сообщения реальность, ограниченную некоторым условием, например вымыслом, что имеет место в художественном тексте, или видоизменением реальности согласно нуждам исследователя в научном тексте (идеальный газ, пренебрежение трением и под.). В нашем исследовании мы будем говорить прежде всего об общем и реальном модусах, что и нашло отражение соответственно в двух предыдущих абзацах.

Итак, реальный модус предполагает, что один из вариантов утверждения (2) верен, и требует, чтобы верными не были два сразу. В отличие от этого общий модус допускает истинность любого из вариантов. Сконцентрируем внимание на реальном модусе. Пусть на кубе стояла голубая пирамида. Однако говорящий не уверен в том, что она была именно голубого цвета, и, чтобы не обманывать адресата, добавляет второй вариант. Тем самым он генерирует дополнительное событие: он видел зеленую пирамиду.

В этом случае одно событие соответствует обычной реальности, а второе становится его виртуальным дублером. Таким образом, возникают два разных события в одном и том же месте, в одно и то же время, с участием одних и тех же объектов. Назовем такое положение дел расщеплением реальности. Расщепление реальности, таким образом, особая когнитивная система, в которой существует несколько высказываний, каждое из которых генерирует свое событие, но только одно высказывание может быть истинным в условиях нашего возможного мира. Расщепление реальности не выступает в том случае, если мы имеем несколько непротиворечивых высказываний об одном и том же событии.

(3) Красный куб находится под зеленой пирамидой.

Утверждение (3) не противоречит высказыванию (1) и может быть сделано в отношении одного и того же события. Различие между ними состоит в том, как двум авторам увидится комбинация из двух объектов. Причина в различии между (1) и (3) не в событии, а в факте, который представляет собой ментальную реакцию на событие. Авторы высказываний (1) и (3) по-разному фактуализируют событие и создают два различных высказывания. Разграничивая понятия события и факта, З. Вендлер [Vendler 1967] отметил, что событие имеет привязку ко времени, а факт относится к ментальной сфере и представляет собой осознание события и перенесение его в ментальную сферу. Из этого следует, что одно событие может порождать целое множество фактов, каждый из которых становится основанием для формирования высказываний. Факт, таким образом, можно рассматривать как один из видов пропозиции. Именно это мы видим на примере сравнения (1) и (3).

Рассмотрим далее высказывание

(4) На красном кубе стояла пирамида другого цвета.

Мотивом появления такого утверждения может послужить вторая максима качества Грайса или связанный с ним Q-принцип Левинсона. Первая гласит: «Не говори того, для чего у тебя нет достаточных оснований» [Грайс 1985: 223]. Второй: не утверждай того, что информативно выходит за рамки того, что позволяет тебе утверждать твое знание о мире [Levinson 2000: 76]. Например, автор помнит, что пирамида и куб различались по цвету и что куб был красным. Цвет пирамиды (красный или зеленый?) не сохранился в его памяти, а поэтому он утверждает лишь последнее.

Высказывание (4) истинно в любом случае, если цвет куба не совпадает с цветом пирамиды. То, что она не красная, имплицировано. Формально мы имеем следующее:

$UE_R = T$, то есть автор высказывания не должен высказываться о событии, что он видел красную пирамиду. Или иначе:

$$UmE_{\text{?}} = T \vee UE_R = F$$

$UmE_{\text{?}} = T$ означает истинность высказывания при любом значении E . Поскольку речь идет о цвете одной пирамиды, о событии, о котором автор мог сказать (4), то нам придется противопоставить общий и реальный модусы. Данное выражение истинно только в общем модусе реальности. В реальном модусе здравый смысл подсказывает, что истинным должно быть только высказывание об одном (например, зеленом) цвете пирамиды. Благодаря имплицатуре наступает расщепление реальности: создается парадигма возможных событий, из которых только одно соответствует нашему возможному миру. Что касается условного модуса реальности, то предложение (4) вполне может существовать в художественном тексте, причем автор может нигде более не сказать, какого же именно цвета была пирамида. В этом случае мы должны утверждать, что

одно истинное высказывание должно было бы существовать, но его отсутствие фатально — нет никаких средств установить, какого же она была цвета.

Расщепление реальности необходимо возникает при использовании предложений с отрицанием.

(5) *На красном кубе стояла не зеленая пирамида.*

Информативность (5) по сравнению с (1) и даже с (2) гораздо ниже. Она совпадает с информативностью (4), поскольку исключает один цвет и допускает все остальные:

$$U_{E_G} = T$$

Отрицательное высказывание содержит импликацию и оказывается истинным в любом из возможных вариантов, исключенных буквальным значением. Таким образом, любое высказывание с отрицанием вызывает расщепление реальности по крайней мере на 2 события, из которых только одно может иметь место в нашем возможном мире.

Итак, мы установили условия истинности представленных высказываний. Вернемся еще раз к (1). Предположим, что отраженный в нем факт не соответствует событию, имевшему место в действительности. Это может произойти, если автор высказывания заблуждается или имеет намерение исказить действительность. Любая ложь или заблуждение носят относительный характер и устанавливаются в отношении истинного высказывания [Chudy 2003]. Это значит, что ложное высказывание или высказывание-заблуждение могут существовать только в системе с истинным высказыванием. Иными словами, это высказывания с нулевым модальным оператором, который должен присутствовать в них. Из этого следует, что любое высказывание, оформленное как истинное, может быть ложным, если оказывается в системе с другим высказыванием, вступающим с ним в противоречие. Тогда высказывание представляется истинным в данном возможном

мире, если отсутствует кореферентное ему высказывание, вступающее с ним в противоречие. Истинным будет любое высказывание, расщепляющее реальность, если существует такое кореферентное высказывание, которое не расщепляет реальность и является истинным.

3. Истинность и импликатура

Как известно, снег бел тогда и только тогда, когда снег бел. Однако не все так просто, как снег. Предположим, мы имеем диалог между Джоном и Джейн:

Джон: Нагень синее платье.

Джейн: У меня нет синего платья.

Джон: Ты же была в нем на дне рожденья у Джудит.

Джейн: Оно голубое!

Очевидно, что в данном случае никто не лжет: ни Джон, ни Джейн. Различие заключается в том, каким словом называют цвет платья Джейн. Членение спектра Джоном оказывается грубым, словом синий он объединяет большое количество цветов, куда попадает и голубой цвет. Джейн более тонко подходит к различению цветов и различает синий и голубой, что не позволяет ей назвать свое платье синим. Следовательно, название цвета образует более или менее дифференцированную шкалу, а это приводит к созданию генерализованной имплицатуры.

Из приведенного текста мы выделим два высказывания, с которыми далее будем работать:

(6) *Платье синее.*

(7) *Платье голубое.*

Возникает вопрос, откуда берется эта импликатура. Само по себе предложение Платье синее означает, что платье синее, а предложение Платье голубое — то, что платье голубое. Л. Хорн показал, что генерализованная импликатура представляет собой шкалу и представил множество

возможных параметров шкалирования. Генерализованная импликатура не должна быть никаким образом связана с контекстом и выводиться непосредственно из содержания предложения. Однако в данном случае контекст и ситуация общения необходимы. Важно, что высказывания (6) и (7) кореферентны. Но с точки зрения Джона они еще и непротиворечивы, а с точки зрения Джейн противоречивы. Джон может один и тот же факт назвать и предложением (6), и предложением (7). Они синфактуальны. Для Джейн они не синфактуальны.

Если Джон не возражает против (7), то оба эти предложения с его точки зрения выражают истинность. Возможно, он вообще не придает значения тонкости цветоразличения, из-за чего в его мире синий и голубой цвета вообще не различаются, а тогда любой синий предмет можно назвать голубым и наоборот. Но возможно, что он в своей речи огрубляет цвета и допускает название голубого синим. Мы можем предположить, что голубой для него менее тривиален, чем синий, а тогда, следуя Левинсону, нужно признать, что, употребляя слово голубой, он более точно и более сложно называет цвет, а поэтому не может назвать голубым то, что, с его точки зрения, голубым не является.

Таким образом, мы видим две схемы: схему Джона и схему Джейн. Схема Джона допускает импликатуру, схема Джейн не допускает. Следовательно, слыша (7), адресат должен понять, чья схема в данном случае работает.

В общем модусе реальности должна работать схема Джейн: голубой не должен называться синее. Здесь отсутствуют референтные объекты, подвергающиеся номинации и концептуализации, а поэтому направление соответствия от мира к слову осложняется условием, что мир как мерило истинности не порождает высказывания, которое первично. В таком случае вообще направление

соответствия усложняется: от слова к возможному миру и уже от возможного мира назад к слову. Если автор и адресат акцептируют событие внутри заданного возможного мира, предложение признается истинным в рамках условий истинности, ограниченных его буквальным значением. В этом случае адресат сообщения приобретает черты обобщенности, Ф. Реканати называет его «нормальным интерпретатором» [Recanati 2004: 16]. Строго говоря, нужно было бы сказать о нормальном авторе сообщения. Очевидно, в общем модусе нормальным автором, как и получателем, должна быть признана Джейн, поскольку дифференциация (6) и (7) поддержана канонам языка.

В реальном модусе могут работать обе схемы. Направление реальности здесь от мира к слову, причем это не выдуманный мир, а тот мир, в котором существуют референтные объекты, а поэтому Джейн может вытащить из гардероба платье, чтобы показать его кому угодно, кто наряду с Джоном и Джейн мог бы высказаться относительно его цвета. Несмотря на более простое направление реальности, в реальном модусе возникает осложнение, вызванное тем, что получатель сообщения должен определить, какую из схем использует автор, как это делает Джейн в своей реплике, сообщаящей об отсутствии у нее голубого платья. Мы полагаем, что выбор схемы — это акт релевантности, описанный Д. Спербером и Д. Уилсон. В случае непонимания высказывания получатель сообщения создаст некоторые предположения, из которых наиболее вероятное признается истинным, что и кладется в основу дальнейшего общения. Отсутствие релевантности заставляет получателя сообщения переспрашивать или использовать другие, более сложные средства для создания условий релевантности. Переспрос Джейн означает, что она пытается выяснить, что имеет в виду Джон, произнося (7). Иными

словами, ее не удовлетворяет собственная схема, и она ищет другую, чтобы достичь релевантности.

Можно предположить и то, что Джейн поняла, что ей предложил Джон, то есть релевантность была достигнута, но ей не понравилась сама схема Джона, и она лишь делает вид, что не поняла, что тот имеет в виду, и заставляет его высказаться правильно. В таком случае в высказывании Джейн, что у нее нет синего платья, содержится не прямой иллокутивный речевой акт, выражающий имплицированное побуждение говорить точно.

Зависимость имплицатуры от модуса реальности сама по себе довольно странна, тем более что речь идет о генерализованной имплицатуре, которая носит не коммуникативный, а логический характер. В отличие от частной имплицатуры, она не должна быть уничтожаемой, то есть существовать не только в высказывании, но и в самом утверждении, допускающем отнесение к нескольким пропозициям сразу. Обнаруженная нами имплицатура не имеет признаков частной имплицатуры и в том смысле, что она не инспирирована автором высказывания. Пусть Джон произнес (8).

(8) *Мне нравится твое синее платье.*

Данное высказывание может быть понято и как ассертивный, и как директивный речевой акт. Если Джон таким способом побуждает Джейн надеть одно из ее платьев, высказывание (8) содержит имплицатуру (Джейн в момент произнесения сообщения не в этом платье). Если Джон высказывает оценку платья, имплицатура подавляется, что свойственно частной имплицатуре (Джейн в момент произнесения имплицатуры в этом платье). Однако если в схеме Джона содержится имплицатура синий цвет => голубой цвет, то ее никаким образом подавить не удастся. Из этого следует, что модус реальности оказывает влияние не на саму имплицатуру, а на ее наличие или отсутствие.

Проблема состоит и в том, насколько можно то, что мы описали в этом разделе назвать импликатурой. Ф. Реканати в «Буквальном значении» рассмотрел высказывание *Фреге умер в 1940 году* [Recanati 2004: 70], из которого можно заключить, что автор — невежда, так как год смерти Фреге сообщен неверно (Фреге умер в 1925 году). При этом нельзя сказать, что эта информация имплицирована, поскольку автор не имел намерения сообщить о своем невежестве. Тем самым импликатура оказывается невозможна без авторского намерения. Однако это скорее актуально для частной имплицатуры. Генерализованная импликатура возникает в результате использования тех или иных слов или конструкций, которые в данных контекстных условиях вызывают нечеткость значения высказывания. Тогда можно говорить, что расщепление реальности не инспирировано волей автора.

Наконец, обратим внимание на то, что высказывание (6) не имплицитует, что платье черное. Здравый смысл мешает предположить, что, например, ошибаясь, не помня, в каком платье была Джейн, Джон представляет себе голубое платье и называет его черным. Шкалированная генерализованная импликатура имеет определенные пределы и не допускает произвола в номинации. Но в таком случае непонятно, почему же импликатура возникает в одном модусе не возникает в другом. Если мы допускаем, что любое голубое может быть названо синим, то мы допускаем это не в реальном, а в общем модусе, так как генерализованная импликатура имеет внедренное в нее правило ее вычисления, в отличие от частной имплицатуры, которая требует от слушающего воссоздания правила, заданного автором высказывания. Возможно, в нашем случае речь идет не о самой имплицатуре, которая уже задана, и не о правиле, которое существует, а о необходимости его применения.

Предположим, что существует некоторое условие по умолчанию, согласно которому правило применяется или не применяется. В нашем примере, очевидно, по умолчанию применяется правило, что слова употребляются в каноническом значении, то есть синее есть синее, а голубое — голубое. Если же нарушается релевантность, как в диалоге, применяется правило импликатуры, согласно которому экстенционал слова синий расширяется, и его употребление можем имплицировать значение 'голубой'.

Предположим теперь, что получатели сообщений не видят платья. Получатель X слышит (6), а получатель Y слышит (7). Ни (6), ни (7) не содержат выраженных модальных операторов, благодаря чему каждое должно восприниматься как истинное. Какого же цвета платье Джейн? Если X и Y обсудят его цвет, то получится, что платье то ли голубое, то ли синее. В известном смысле высказывания противоречат друг другу, но в то же время близость цветов может натолкнуть получателя сообщений на мысль, что цвет платья находится в пределах названного спектра. Никто же не сказал, что платье черное. Значит, высказывания, которые находятся в пределах импликатуры, точно так же расщепляют реальность, как и отдельное высказывание, содержащее импликацию.

Итак, пусть мы имеем высказывание UE. Если оно допускает введение модального оператора, то есть вид UmE , то любое такое UE есть $Um? E$. А это значит, что любое высказывание такого типа истинно в своем буквальном значении, а при введении модального оператора в одном из значений, которое оно способно имплицировать. Иными словами, такое высказывание истинно и ложно одновременно, причем неважно, говорится в нем о прошлом, настоящем или будущем.

4. Расщепление реальности и нарратив

В последнем разделе обратим рассмотрим примеры из реального модуса в области нарративных текстов. У. Лабов и Дж. Валетски [Labov, Valetzky 1997] в своей теории нарратива ставили задачу разработки системы минимального нарратива, то есть такой последовательности, которая содержит необходимые и достаточные условия, чтобы быть нарративом. Идеальной оказалась система, представляющая собой последовательность временных цепочек, в которых предложения сообщают о событиях, соблюдая последовательность последних. Выполнение этого условия позволяет не только воссоздать прямое течение событий, но и не выходить за пределы описываемой ситуации. Автор нарратива в таком случае как бы переживает произошедшее и заставляет читателя пережить его в неизменном виде. Однако уже внутри этой идеальной схемы находятся элементы, нарушающие ее совершенно идеальный характер. Это оценочные конструкции (evaluation), прерывающие строгое течение нарратива, а также некоторые структуры, определенные как отклонения от базовой структуры нарратива. К ним отнесены предложения с вспомогательными глаголами, выражающими модальные значения, предложения с отрицанием, предложения с причинными клаузами и некоторые другие. Если использовать принятую нами терминологию, то фактически это случаи, когда текст содержит расщепление реальности. В одном из примеров автор нарративного текста рассказывает, что его одноклассник украл у него перчатку. Будучи уличен в этом (перчатка оказалась у него дома), одноклассник рассказал, что якобы перчатку нашел отец на центральной площади города. На это автор заметил, что, с его точки зрения, неправдоподобно, как мог отец случайно в центре города найти перчатку, потерянную одноклассником его сына.

Здесь также указывается на то, что автор предлагает некоторое развитие событий, не имевшее место в реальности. Однако условия когерентности текста не позволяют рассматривать параллельные ситуации как имевшие место в реальности. Но то, что невозможно в пределах одного текста, допускается в синтексте — системе текстов, отражающих одну и ту же ситуацию.

Рассмотрим примеры из российских СМИ.

(9) *Суд оштрафовал кафе «Шаурма–гриль» на юго–западе Москвы из–за сильного запаха еды, на который жаловались местные жители.*

(10) *В Москве суд после проверки Роспотребнадзора оштрафовал кафе «Шаурма–гриль», которое расположено на первом этаже жилого дома, из–за проникающего запаха еды в квартиры жителей. Ведомство провело проверку после обращения жителей дома на улице Мухоморова–Маклая, 43.*

(11) *В Москве суд оштрафовал предпринимателя за слишком сильный запах шаурмы из его павильона. Эксперты Роспотребнадзора доказали, что из–за неправильно установленной вентиляции аромат еды попадал в квартиру жителя района Черемушки.*

Обратим внимание на один объект — кто жалуется на неприятный запах. Очевидно, это «местные жители» (9), «жители дома» (10) и «житель квартиры» (11). Первое из них наиболее широкое по значению и требует контекста для конкретизации, так как местными могут быть названы люди района, города, даже страны. В данном случае таким контекстным модификатором является слово выражение запах еды, ограничивающее территорию, жители которой могут быть названы местными. Но в любом случае оно шире, чем жители дома. Здесь также требуется контекст, так как дом может быть частным, может быть

многоквартирным. Конкретизирует значение знание того, что в Москве частных домов немного, так что, вероятнее всего, речь идет о жителях многоквартирного дома. Наконец, в примере (11) представлен один-единственный житель, который оказывается автором жалобы.

В отличие от примеров предыдущего раздела здесь мы не находим импликатур. Различие заключается в том, как авторы называют подателя жалобы.

Прочитав все примеры, мы можем упрекнуть журналистов в небрежности, но дело не в этом, а в том, что и авторы, и читатели допускают эту небрежность. Скорее всего, прочитавший все три публикации не подумает, что каждая из них описывает отдельную ситуацию. При этом невозможно сказать, что цитированные предложения кореферентны. Напротив, референты в них оказываются разными, но выполняется одно и то же действие — подача одной и той же жалобы. Возникает вопрос, почему читатели полагают, что все тексты синситуативны, то есть отражают одну ситуацию, несмотря на то что они не кореферентны. Выходит, что идентификация ситуации в реальном модусе не требует жесткой кореферентности. Естественно, существуют пределы нечеткости: в приведенных текстах содержится указание на название кафе и на его местоположение (впрочем, тут тоже есть нечеткость, но читатель из адресной группы должен понимать, что Черемушки, улица Миклухо-Маклая и юго-запад Москвы — это один и тот же локус). Сопоставление более и менее четкой информации, появившейся при этом в одно и то же время, приводит к заключению о ее синситуативности.

Возвращаясь к обозначенной в начале статьи позиции Л. Заде, можно сказать, что в реальном модусе существует нечеткая зона, в которой высказывание понимается как истинное, или, точнее, как «скорее истинное, чем ложное».

В определенных условиях можно сказать, что оно ложно, но это совершенно не обязательно. Можно сказать, что жалоба, поданная одним человеком и жильцами целого дома, это не одно и то же, но в рамках текста или даже синтекста важно не это, а то, по какому поводу она была подана. Получатель сообщения позволяет авторам не совсем точно отражать ситуацию в своих текстах. Авторы знают это и допускают в текстах небрежные отклонения. Тем самым мы можем сказать, что реальность в реальном модусе в принципе расщеплена, то есть закон противоречия здесь действует более мягко, чем в формальной логике (условный модус) или в отвлеченном от ситуации высказывании (общий модус).

Любое высказывание интенционально, а следовательно, расщепление реальности может быть как результатом небрежного или даже ошибочного видения ситуации, так и результатом умышленного ее искажения. Тогда возникает обман — высказывание, создающее параллельный образ реальности, намеренно отличающийся от того, который автор обмана считает истинным. Мы отвлекаемся от аксиологического и морального аспектов обмана, оставаясь в рамках коммуникации. Скажем лишь то, что нарративный образ реальности, создаваемый не в системе текста, а в системе синтекста, допускающий расщепление реальности, а вернее, просто невысказанный без нее, в зародыше содержит обман, возникающий при изменении интенциональности.

Заключение

В заключение мы предлагаем систему максимум расщепляющих или не расщепляющих реальность.

Максима 1. Говори точно. Точное высказывание не расщепляет реальность. И автору, и адресату ясен факт, лежащий в основе высказывания.

Максима 2. Говори приблизительно. Включение субъективно-модального оператора допускает расщепление реальности, но в высказывании указывается обычно на более или менее вероятный вариант.

Максима 3. Предлагай выбор. Использование средств типа союза или расщепляет реальность на равновероятные события.

Максима 4. Отрицай. Отрицательное высказывание однозначно исключает один из вариантов события, имплицитно включая все остальные.

Максима 5. Не говори. Отсутствие высказывания не провоцирует расщепления реальности. Эта максима может быть соотнесена с афоризмом Л. Витгенштейна «О чем невозможно говорить, о том следует молчать» [Витгенштейн 1974: 73] или с первой эвристикой С. Левинсона «О чем не сказано, того нет» [Levinson 2000: 31].

Выделенные максимы располагаются в такой последовательности 1>2>3>4>5. Это значит, что если автор сообщения не может выполнить максиму 1, он должен переходить к максиме 2; если не может выполнить максиму 2 — к максиме 3 и т.д. Движение вспять будет свидетельствовать о нарушении Принципа Кооперации.

Литература

Витгенштейн Л. Философские работы. Часть I. — М.: Издательство «Гнозис», 1994

Грайс Г.П. Логика и речевое общение // Новое в зарубежной лингвистике. Выпуск XVI. Лингвистическая прагматика. — М.: Прогресс, 1985. — С. 217–237.

Серль Дж. Природа интенциональных состояний // Философия, логика, язык. — М.: Прогресс, 1987. — С. 96–126.

Anscombe G. E. M. Intention. Harvard, 1957.

Austin J. L. How to Talk. Some Simple Ways // Proceedings of the Aristotelian Society. New Series, Vol. 53. – 1953. – P. 227 – 246

Chudy W. Filozofia kłamstwa. – Warszawa: Volumen, 2003.

Horn L. R. Toward a New Taxonomy for Pragmatic Inference: Q-based and R-based Implicature. In: Shiffrin D. (ed.) Meaning, force, and use in context: linguistic application. Washington, DC: Georgetown University Press, 1984. P. 11 – 42

Korta K. Talk about the Future // Stavros Assimakopoulos (ed.), Pragmatics at its interfaces. Mouton de Gruyter, 2017. – P. 53 – 70

Labov W., Waletzky J. Narrative Analysis: Oral Versions of Personal Experience. Journal of Narrative and Life History, 1997, Volume 7, issues 1 – 4. Pp. 3 – 38.

Levinson S. Presumptive Meanings. Cambridge: The MIT Press, 2000.

Łukasiewicz J. Zasada sprzeczności u Arystotelesa. Filozofia nauki 5/1, 1997. S. 147 – 164.

MacFarlane J. Future contingents and relative truths // The philosophical quarterly 53, 2003. – P. 321 – 336

Recanati F. Literal Meaning. – N.Y.: Cambridge University Press, 2004.

Sperber D, Wilson D. Relevance. Communication and Cognition. Second Edition. – Oxford, Cambridge: Blackwell Publishers, 1995.

Vaihinger H. Die Philosophie des Als Ob. – Leipzig: Verlag von Felix Meiner, 1922.

Vendler Z. Linguistics in Philosophy. – Ithaca and London: Cornell University Press, 1967.

Zadeh L. A. Fuzzy sets // Information and Control, 1965, vol. 8, N3, pp. 338 – 353.

ЕЛЕНА ГЛАЗКОВА

*Москва, Российская академия народного хозяйства
и государственной службы при Президенте РФ*

Правдоподобие как игра: анализ кейса «Барнаульский метрополитен»

Не имея возможности на практике в чём-то убедиться лично и оценивать прочитанное/услышанное с позиций категорий «правды» и «неправды», читатель/слушатель какую-то информацию готов признать правдоподобной, то есть похожей на «правдивую», значит содержащей сведения о возможных в реальности событиях и объектах. В других случаях, так же руководствуясь собственным опытом, реципиент считает информацию «далёкой от правды». В статье предлагается рассмотреть вопрос о правдоподобии в тексте особого типа — тексте, который намеренно создаётся по принципу информационного, нехудожественного, но таковым не является. Для этого представлен анализ контента сообщества «Барнаульский метрополитен» в социальной сети «ВКонтакте». Кейс «Барнаульский метрополитен» — рассказ о несуществующем в реальности метро — это и игра, и фейк, и интернет-мем, и способ социализации, и полизнаковый текст. В статье рассматриваются механизмы создания и поддержки эффекта правдоподобия участниками сообщества.

Ключевые слова: виртуальная реальность, правдоподобие, достоверность, игра, анализ текста, метро, фейк, модус реальности.

Что заставляет читателя/слушателя поверить в то, о чём ему сообщают? Независимо от того, был ли реципиент участником или свидетелем событий, о которых ему рассказывают, он соглашается считать правдой или похожей на правду ту информацию, которая легко встраивается в сформированную у него картину мира. Если новая информация оказывается непротиворечивой относительно уже известного, она будет принята. Возможность говорить о наличии/отсутствии противоречий обусловлена личным опытом реципиента — имеющимися обыденными и научными знаниями разного рода. «*Это похоже на правду*», «*Это правдоподобно*», — заключает реципиент и делает вывод, что полученная информация «очень похожа на правду», то, что сообщается, «вполне может быть» [Правдоподобие. Ожегов], рассказ обладает качеством, которое характеризуется как «Сходство с истиной» [Правдоподобие. Ушаков].

Существующая практика синонимизировать понятия «правдоподобие» и «достоверность» или говорить об их гиперо-гипонимических отношениях, на наш взгляд, не верна. Мы рассматриваем правдоподобие как качество, характеристику текста, а достоверность — качество источника информации. Использовать термин «правдоподобие» уместно как раз тогда, когда нет возможности проверить достоверность информации, но есть ощущение, что описанное возможно в реальности. «Правдоподобие» — это, по мнению Стефана Колберта, «правда, которую определяет инстинкт, а не книги» [цитируем по Панченко 2009: 38]. Не имея возможности проверить фактическую информацию или осознанно не желая этого сделать, мы

руководствуемся нашими представлениями о том, как должно быть «на самом деле». Об этом говорит В. И. Карасик: «нас интересует не фактуальная достоверность, а соответствие нашим ощущениям, правдоподобность, мотивированная нашим сенсорным опытом» [Карасик: 234].

По отношению к искусству «правдоподобие» рассматривается как «эстетическое понятие, в котором фиксируется особое качество художественного изображения — его подобие действительности, сходство с ней» [Правдоподобие. Эстетика]. Исследователи отмечают историческую изменчивость отношения к правдоподобию и в этой связи большее или меньшее стремление представителей искусства воспроизвести в художественном произведении реальную действительность. Так, например, искусство и эстетика древности ориентировались на «принцип подражания природе» [там же].

Для филолога привычно употребление термина в связи с анализом художественного текста: автор создал правдоподобные характеры, правдоподобные ситуации. Однако термин впервые был подробно описан в 1922 г. Рональдом Фишером (статистик, биолог-эволюционист, генетик, применивший математические методы к теории Дарвина) в работе «Математические основы теоретической статистики», в которой Фишер предложил метод максимального правдоподобия. В научном дискурсе прилагательное «правдоподобный» характеризует ментальные образования: правдоподобная информация, правдоподобное объяснение. Правдоподобие на уровне литературного текста «представляет собой оценку результатов осмысления и сравнения двух миров: реального и вымышленного» [Клейменова: 220]. «Сходство с правдой» [Правдоподобие. Ефремова] — это ещё не правда («то, что соответствует действительности» [Правда. Дмитриев]), более того — это

величина непостоянная, вариативная, поэтому остаются два пути — поверить или не поверить. Выбор пути зависит не только от качеств и качественности текста, но и от индивидуального опыта и установок реципиента, степени его доверия к источнику информации — как к создателю текста, так и к ресурсу, площадке (в широком смысле), где информация была размещена.

Существующее сегодня медийное пространство позволяет быстро найти информацию об интересующем объекте, в частности — о городе или о его транспортной системе, однако для пользователя открытым остаётся вопрос о качестве этой информации. Читатель сам должен определить степень правдивости или правдоподобности прочитанного. Так, в социальной сети «ВКонтакте» довольно успешно существует сообщество «Барнаульский метрополитен», в интернете ещё в декабре 2017 года открывался одноимённый полноценный сайт. И на сайте, и в группе «ВКонтакте» посетитель находит разветвлённую схему линий метрополитена (представлены даже этапы её изменения), памятку для пассажиров о правилах пользования этим видом транспорта, информацию о стоимости проезда и возможностях его оплаты, многочисленные фото-, видео-, текстовые материалы о новостях барнаульской подземки.

Для потенциального туриста сообщение о том, что в Барнауле есть метро, без внимательного знакомства с контентом названных интернет-ресурсов может показаться вполне правдоподобным. Во-первых, Барнаул, расположенный на юге Западной Сибири, имеет статус административного центра Алтайского края и одного из городских округов. Вполне возможно, что в городе есть развитая инфраструктура, а в транспортной системе есть метрополитен. Во-вторых, в интернете можно обнаружить снимки поражающих

грандиозностью высоток, что можно считать показателем современности и развитости города. Метрополитен, современный и постоянно развивающийся вид транспорта, распространён более чем в 50 странах мира и ежедневно перевозит более 150 млн. человек. Можно допустить, что современный успешный город будет стремиться к строительству метрополитена, который и упростит, и ускорит передвижение горожан и приезжих.

С другой стороны, сделанные предположения легко разбить. Во-первых, ещё со времён Советского Союза право на строительство метрополитена получали только города-«миллионники». По данным на 2017 г., население города Барнаула составляет меньше 650 тысяч человек [Барнаул]. И хотя Красноярск попал в планы строительства метрополитена ещё до того, как в нём родился миллионный житель, сегодня ни в нём, ни в половине из 15 «миллионников» метрополитена нет [Шевяков]. Во-вторых, современные программы строительства такой сложной транспортной системы предполагают не только федеральные, но и региональные вложения [там же], «на прокладку новых линий и сооружение станций в кризис даже у городов-миллионников не хватает денег» [Исакова]. Возможности города, в котором с высотками, судя по фотографиям в сети, соседствуют ветхие дома, задрапированные тканью с нарисованными фасадами, вызывают сомнения.

Значит информация не правдива — она не соответствует реальному положению дел в городе, что подтверждает официальный сайт Министерства транспорта РФ, где представлена вся транспортная система России. По данным Минтранса, в России проложено 500 км путей метрополитена в семи крупнейших городах страны: Москве, Санкт-Петербурге, Нижнем Новгороде, Самаре, Екатеринбурге, Новосибирске и Казани [Транспорт России].

О метро в Алтайском крае, а значит, и в городе Барнауле, в Минтрансе неизвестно.

Барнаульское метро — это вымысел местного жителя Данилы Чурилова, журналиста и блогера, решившего в 2008 году запустить первоапрельскую шутку [Виноградов]. По той же технологии, что и в Барнауле, уже «работают» метро в Липецке, Покрове Московской области, в станции Кореновск Краснодарского края, в деревне Лудина гора Московской области [Лудинский метрополитен], Набережных Челнах, Новочеркасске, Калуге, казахской Караганде, в украинском Львове [Львівський метрополітен імені Степана Бандери], монгольском Улан-Баторе [Виноградов].

Есть сообщения, что в список городов, имеющих метро, скоро войдут «Красноярск (запуск состоится в четверг, по окончании небольшого дождя)» и «Челябинск (открытие планируется по свистку рака на одной из уральских гор)» [В каких городах России есть метро?]. В конце 2017 года сети появилась информация о запуске 21.11.2017 г. нового сайта виртуального метро — Воронежского, — однако сам сайт так и не удалось найти.

Другие сайты виртуального метро в большей или меньшей степени активны. Так, на сайте Кореновского можно в режиме реального времени пройти опрос и узнать, что из посетителей сайта 55% пользуется местным метрополитеном каждый день [Кореновский метрополитен].

Отличие кейса «Барнаульский метрополитен» заключается в том, что он динамичен, регулярно дополняется материалами и предоставляет исследователю подобного феномена широкие возможности для анализа. Барнаульский метрополитен можно рассматривать 1) как фейк, 2) как интернет-мем, 3) как вид и способ коммуникации и социализации, 4) как культурный феномен, 5) как текст, 6)

как фрейм, 7) как игру, 8) как способ получения эмоционального опыта, 9) »зеркало» действительности. Сайт «Барнаульский метрополитен» из-за финансовых трудностей перестал существовать, но сообщество в социальной сети по-прежнему функционирует. Последнее сообщение администратора появилось на сайте Барнаульского метрополитена 21.03.2017 г., а запись на странице социальной сети «ВКонтакте» от рядовых участников группы, а не от администратора, — 17.04.2018 г.

«Барнаульский метрополитен» — это хорошо продуманный и разыгранный, словно по нотам, фейк. Если раньше выдуманная информация, получившая название «газетной утки», маскировалась в общем потоке новостей, то вымыслу, который рассматривается в этой статье, отдан полноценный сайт и группа «ВКонтакте».

По данным современного словаря синонимов В. Н. Тришина (одного из немногих русскоязычных словарей, содержащих в словнике это слово), синонимами слова «фейк», раскрывающими его значение, являются «ложь, неправда, обман, подделка, фальсификация» [Тришин], что соответствует значению слова в языке-источнике заимствования (Fake — поддельный, фальшивый). Этот синонимический ряд недавно дополнило добавленное в этот список слово «виртуал» [там же], называющее недостоверный аккаунт личности и ориентирующее с точки зрения сферы его использования. Информация о Барнаульском метрополитене — неправда, существующая в виртуальной реальности. В онлайн-словаре интернет-сленга первым указано значение именно «Об интернет-контенте, подделка, фикция» [Словоново].

Под определение интернет-мема кейс «Барнаульский метрополитен» попадет в связи с тем, что представляет собой информацию, имеющую культурное значение

и привлекательность для современного читателя. Эти свойства приводят к популярности у пользователей сети информации про несуществующее метро: были читатели и подписчики у сайта во время его работы, есть активные участники сообщества «ВКонтакте».

Как и любой интернет-ресурс с возможностью добавления контента и функцией комментариев, «Барнаулское метро» — площадка для общения, на которой не существует многих коммуникативных барьеров, характеризующих общение в реальной действительности. Человек — существо социальное, поэтому большинству из нас комфортнее в группе. Общаясь на сайте, доказывая или опровергая существование метрополитена в Барнауле, можно чувствовать себя в социуме, осознавать свою принадлежность группе единомышленников, разделяющих позитивные или негативные представления об этом феномене. Становясь частью сообщества, человек получает возможность не только поупражняться в реализации каких-то коммуникативных стратегий, но и примерить на себе новую социальную роль, выступив как пассажир, инженер, строитель и даже машинист электропоезда метро.

Общение в группе — источник не только рационального, но и эмоционального опыта. Посетители и участники группы сами переживают различные эмоциональные состояния от удовольствия, радости до раздражения и гнева, а кроме этого, наблюдают за реакциями других людей, нередко эти реакции провоцируя, расставляя сети для новичков на сайте в виде «очевидных фактов». Эмоциональный полюс коммуникативного поведения на сайте определяется тем, почувствует ли себя обманутым новый посетитель или поймёт, что этот сайт розыгрыш. В игре человек чувствует себя защищённым, не опасается последствий за

свои действия, что тоже характеризует определённое эмоциональное состояние.

В связи с этим коммуникация на сайте может быть определена как игровая. Математическая теория игр предполагает наличие трёх основных составляющих: 1) игроки, 2) набор стратегий для каждого игрока и 3) указание возможных при реализации стратегии выигрышей (платежей). В нашем примере видим необходимые для атрибуции признаки: наличие нескольких игроков (в группе Барнаульского метрополитена «ВКонтакте» 2215 человек на 14.05.2018), реализация ими разных стратегий, а в качестве игровых выигрышей приходится рассматривать полученные эмоции, чувство удовлетворения от виртуальной победы над соперником по коммуникации или от виртуальной встречи с единомышленником. В игре, развёрнутой в интернете под названием «Барнаульский метрополитен», процесс оказывается важнее конкретного выигрыша.

Социологи отмечают, что игра должна иметь ограничения во времени и пространстве: например, футбольный матч длится в течение 90 минут и происходит на футбольном поле. Эта игра «в метро» развивается после закрытия сайта только в одной группе социальной сети. Таким образом, в отличие от временного — пространственное ограничение, пусть виртуальное, есть.

Явное отличие от игры в классическом смысле — отсутствие прописанных заранее правил и выгод. Правила этой игры имплицитны, о них догадываются участники сообщества, а гости либо принимают, либо не принимают их. Описывая механизм включения в «языковые игры» (в авторском понимании этого сочетания), Витгенштейн говорит о такой возможности — освоить игру, только наблюдая за играющими, «не изучая или не формулируя правил» [Витгенштейн 1984: 93]. Успешно включиться в игру

сможет только тот, кто уже имеет подготовку: в нашем случае — понимает специфику интернет-общения, готов иронизировать, обладает богатой фантазией, уже участвовал в создании подобных интернет-розыгрышах.

Правила этой игры допускают импровизацию, поэтому гости сами выбирают для себя роль: пассажир, машинист, горожанин, приезжий и так далее. В этом есть некое подражание жизни, а значит, есть понимание, что всё происходящее не настоящее — всё происходит «как если бы», моделируется условная действительность, и к этому процессу причастен любой зашедший на сайт человек, а не только создатель сайта и группы. Игровое поле — условный мир — характеризуется особой атмосферой, наличием конкретных персонажей, определённого стиля общения. Осознанно вступая в игру, человек не перестаёт ощущать собственное «я», но осознаёт это «я» перенесённым в другой мир, а значит, уже имеющим какие-то иные черты, не свойственные человеку в реальной жизни.

Как и любая игра, эта «поддерживается прежде всего желанием играть, то есть готовностью соблюдать правила», — определяет этот процесс философ и социолог Роже Кайуа [Кайуа: 35]. При отсутствии чётких правил игра обычно разрушается теми, кто видит её искусственность, абсурдность, подражательный характер. Любое принуждение так же разрушает игру, превращая её в обязанность — здесь этого нет: участники вступают в игру свободно и добровольно. В итоге «текст» на странице сообщества больше года развивается без участия автора идеи в связи с подключением новых «игроков» и появлением новых тематических аспектов. Имитируя коммуникацию на сайте реального метро, барнаульское — существует по принципу игр в стиле симуляции: невозможно точно предугадать, как будет развиваться игра, она не имеет жёстких

предписаний, нет на все случаи прописанных императивных правил, это «непрестанная выдумка» [Кайуа: 60]. Мотивы, по которым гости сообщества вступают в игру, различны, и мы не ставим задачу их определить и описать.

Теорию игр интересуют сценарии в игре. Участники сообщества создают нереальный мир, эта игра прежде всего реализует сценарий «симуляция». В новом мире благодаря «подземке» решены транспортные проблемы Барнаула, таким образом, игра снимает существующие в реальности ограничения. Как воплощение мечты горожан выдуманное метро становится их любимым видом транспорта: в любую точку города можно добраться без проблем, благодаря разветвлённой сети линий, стоимость проезда минимальна и руководство метро находит возможность её снижать (уже до 8 рублей), поездка в метро становится экскурсией, представляющей историю страны (станции, построенные в 70-е годы, отвечают стилистике советского времени) и демонстрируют технические и дизайнерские находки сегодняшнего дня.

Ещё один из наиболее распространённых сценариев — состязание — тоже здесь проявляется. Создавая мир барнаульского метро, участники состязаются с авторами других сайтов, на которых описаны в том числе существующие метрополитены. Кроме того, каждый из участников сообщества индивидуально соревнуется с другими как минимум в изобретательности и остроумии. Подписчики группы совершенно очевидно реализуют разные коммуникативные стратегии: кто-то активно участвует в жизни метро, размещая новости и фотографии метрополитена, кто-то только молча (ставит «лайки») радуется успехам этой транспортной сети, кто-то пытается разоблачить игроков, а кто-то негодует в адрес людей, не верящих в существование барнаульской подземки. Текст как бы существует

в двух плоскостях: наивный читатель не поймёт тонкостей этой игры, оставшись на уровне реальности. А читатель искушённый не только иначе прочтёт и интерпретирует текст, но и получит удовольствие именно от того, что кто-то не всё понял.

Если в качестве цели игры-соревнования рассматривать доказательство реальности барнаульского метро, к цели участники приходят с меньшими затратами: на «новенького» набрасывается всё сообщество, имея в арсенале размещённые на сайте правдоподобные документы, фото- и видеоматериалы, и проявляя все свои умения в остроумии и софистике.

Игра как сублимация, как отмечают психологи, помогает преодолеть чувство неудовлетворённости собой или реальной действительностью. «...игра непременно несёт с собой атмосферу отдыха или развлечения. Игра успокаивает и забавляет. Она означает такую деятельность, где нет стеснения, но нет и последствий для реальной жизни. Она противостоит серьёзности этой жизни и оттого считается чем-то легкомысленным. Она противостоит также и труду, как потерянное время — времени разумно используемому. В самом деле, игра ничего не производит: ни материальных благ, ни духовных творений. Она по сути своей бесплодна» [Кайуа: 33]. В то же время в созданном мире Барнаульского метро можно быть пассажиром современного подземного поезда, можно стать машинистом, а главное — и сам город можно изменить по своему вкусу, создавая новую достопримечательность. Деятельность в виртуальном метро приносит результаты, а значит, и чувство удовлетворения, гораздо быстрее, чем в реальном мире. На странице виртуальной группы сразу видны внесённые предложения, результаты «работы» участников — это, возможно, сублимация желания интересно жить, созидать, активно

действовать, даже сублимация власти и амбициозности. Созданный мир — и в этом продолжение мотива сублимации — идеален: нет пробок, нет транспортных проблем, разветвлённая сеть охватывает весь город.

В связи с этим кейс «Барнаулское метро» можно считать «кривым зеркалом», идеализирующим действительность. На сайте «Не сидится: клуб желающих переселиться» [Не сидится: клуб желающих переселиться] жители оставляют отзывы о городах. Барнаульцы написали о своём транспорте, что довольно много маршруток, уехать легко с 6 утра до 21 вечера, а позже — только на такси. Содержание дорог оставляет желать лучшего, в час пик на центральных улицах автомобильные пробки. В игре барнаульцы перенесли из реального провинциального города в виртуальный — современный, технически продвинутый и учитывающий все достижения урбанистики, — возможно, надеясь привлечь внимание властей к реально существующим проблемам.

Наши наблюдения приводят к выводу, что подобный набор стратегий реализуется и на других сайтах. На сайте Барнаулского метро это происходит живее, активнее, изобретательнее.

Различия в поведении и реакциях участников и гостей сообщества можно проанализировать не с позиций теории игр, а с точки зрения теории фреймов.

Фрейм (frame) — в переводе с английского «рамка», а также — в одном из значений — «строение, структура, система» [Фрейм]. Под фреймом будем понимать когнитивную «жёсткую структуру ситуации, жёсткий каркас человеческого взаимодействия» [Вахштайн], репрезентирующую стереотипные контексты. (В социологии термин «фрейм» нередко используют не только в значении «схема, рамка для определения ситуации», но и как синоним

термина «ситуация»). Важно, что фрейм закрепляет представление о некотором фрагменте действительности и может быть в таком виде распознан. При помощи набора таких схем-фреймов человек интерпретирует воспринимаемые фрагменты действительности. В структуре фрейма два типа взаимообусловленных компонентов — когниции (знания) и экспектации (ожидания), связанные с опытом.

В нашем случае можно говорить о фрейме «сайт метрополитена» или, шире — «Коммуникация на сайте метрополитена», а также о фрейме сообщество в соцсети «ВКонтакте» «Метрополитен города». Исходя из наших знаний и ожиданий относительно такого типа коммуникативной ситуации, составляющие элементы как сайта, так и группы метрополитена определены и предопределены, рубрикация и наполнение (контент) предсказуемы. Существующий шаблон (как раз и связанный с когнитивной рамкой) должен быть просто заполнен соответствующей информацией. Слом шаблона — нарушение ожиданий, введение нетипичной информации создаёт эффект неожиданности, обращает на себя внимание, провоцирует реакцию.

Коммуникация в группе о метро предполагает систему комментариев к информации, использование определённых коммуникативных стратегий. Согласно теории фреймов Ирвина Гофмана, который первым применил понятие фрейм к социальному взаимодействию, любая коммуникация состоит из элементов первичной системы и элементов транспонированной. В случае с сайтом барнаульского метро происходит транспонирование (перенос) коммуникативной деятельности из ожидаемой — в игровую. Это значит, что элементы действующей по своим законам первичной системы связаны с игровой коммуникацией, а все совпадения с сайтами и группами реальных метрополитенов — элементы транспонирования. Поскольку

существование фреймов (как когнитивных структур) позволяет ускорить процесс распознавания фрагментов окружающей действительности, человек склонен использовать знакомые ему схемы, накладывая на ситуацию рамки известных ему фреймов. Если какие-то объекты в тексте являются образами объектов реального мира, то читатель в качестве критерия правдоподобия текста использует сопоставление описанного в тексте с реальностью: «чем ближе вымысел к реальности, тем более правдоподобно <...> повествование» [Панченко: 13]. Находя сходство в тех деталях, которые человек считает значимыми, он делает вывод, что ситуация отвечает выбранному фрейму. Ошибка заключается в том, что значимыми деталями для такого интерпретатора становятся транспонированные, а не первичные элементы. Излишняя серьёзность, представление о том, что сообщения в виртуальной реальности должны соответствовать положению дел в реальности «реальной» — тот фрейм, который мешает включиться в игру под названием «Барнаулский метрополитен», в которой выложенный в сети контент не соответствует ожиданиям наивного интернет-пользователя.

Чтобы адекватно воспринять текст (под текстом имеем в виду весь контент сайта и группы Барнаульского метрополитена), нельзя считать его информацию буквально. Социолог Максим Соколов в этом отношении удачно определил суть фрейм-анализа, сказав, что это «изучение небанальности социальной жизни» [Соколов]. Такой анализ позволяет определить что-то как самостоятельное, особенное, а не то, чем оно могло показаться на первый взгляд. Если читатель поймёт, что перед ним псевдодокументальный текст, то будет оценивать его так же, как оценил бы текст художественный. Н.Н. Панченко справедливо замечает, что особенностью художественного

дискурса является «творческая установка на вымысел и обман» [Панченко: 39], при этом в тексте соединяется мир реальный, используемый как фон [Плотникова: 91], как основа, и вымышленный. Понимание того, что информация создавалась по законам художественных, а не документальных текстов, должно вести к пониманию неуместности применения к тексту этических оценок «ложь», «правда», потому что художественное произведение рассчитано на эстетические реакции и не претендует на правдивость повествования.

Применить правильно подходящий для интерпретации ситуации фрейм помогут отдельные детали, маркирующие особенности новой ситуации, которые, с одной стороны, являются важной составляющей этого фрейма, а с другой — складываются в сообщение (предупреждение) о транспонировании. Не в состоянии поддержать коммуникацию, а значит, за пределами новой ситуации (за пределами нового фрейма) оказываются те, кто не почувствовал, не понял скрытого сообщения о транспонировании. В письменных текстах самым простым способом обозначить маркеры переноса позволяют кавычки. Попытаемся разобраться, как это сообщение было сделано в рамках сайта барнаульского метрополитена, где оно было «спрятано».

Во-первых, на главной странице официального сайта посетителя «встречала» реклама. В «Новостях» можно было найти невозможные сообщения о сотруднике метро белом медведе, о появлении на проезжей части города ямы, в которой видно движение поезда, о разработке новых дорожных знаков для тоннелей, о встречах в метро с Джоном Ленноном, Дэвидом Боуи, Дональдом Трампом. Тексты содержат орфографические и пунктуационные ошибки, что заставляет сомневаться в степени официальности сайта. Перечисленные особенности характеризуют

и официальный контент сообщества барнаульской подземки «ВКонтакте».

Во-вторых, внимательный посетитель находил отклонения от нормы, от стереотипа, от стандарта и в тех частях сайта, которые перекликаются с аналогичными элементами на сайтах реально существующего метро. Так, на сайте московского — среди прочих есть закладки «Схема метро», «Оплата проезда», «Работа в метро». Такие же были на сайте Барнаульского. Схема Барнаульского метро тоже выглядит очень правдоподобно. Однако в рубрике «Оплата проезда» при соблюдении стандартных позиций уже есть фантастическая информация: «Снизилась цена билета с 9 до 8 рублей». Сообщение о режиме работы метрополитена содержит недопустимую приблизительную информацию: «Последние поезда уходят из центральной части города в сторону депо как правило около полуночи».

Рубрика «О нас пишут» предлагала собранные ссылки на публикации о метрополитене, среди которых немало сообщающих уже в названии, что метро в Барнауле нет. Вся эта информация сохранена в группе в записях сообщества.

В рубрике сайта «Вакансии» были перечислены не существующие в реальном метро позиции. В Москве требуются: подсобный рабочий, оператор при дежурном станционного поста централизации, а в Барнауле — контролёр-кондуктор, сторож эскалаторов, кальящик, дневной обходчик путей (требование к нему: «умение быстро бегать»), попрошайка в электропоездах (зарплата сдельная). Вполне логично сомневаться в реальности метро, потому что, как гласит третья максима Левинсона, «то, о чём сказано нетипичным образом, нетипично».

У Барнаульского метрополитена есть метрополитены-побратимы, что нетипично, но могло бы быть: подобный опыт мы знаем на уровне городов. В «побратимах»

такие же «фейковые» метрополитены – Набережночелнинский и Калужский.

Итак, создатели и участники игры в барнаульский метрополитен всё-таки используют логические и лингвистические маркеры нереальности/вымысла. Однако некоторые из посетителей сайта и группы верят в реальность того, о чём написано. Так, в 2014 г. «жительница Нью-Йорка Ульяна Лобанова-Ростовская через сайт президента России попросила Владимира Путина закрыть сайт барнаульского метрополитена» [Виноградов 2014], назвав ситуацию дискредитирующим Россию обманом.

Опираясь на теорию модусов Алексея Глазкова [Глазков: 229], одним из объяснений веры в реальность существования метро в Барнауле можно считать отсутствие в сознании человека непроходимой границы между реальным и нереальным. Между реально воспринимаемым и созданным посредством воображения существует модальное противопоставление. По словам А. Глазкова, реальное является необходимо возможным, а в ирреальное можно поверить, так как оно может быть или невозможным, или возможным. Преподаватель АлтГУ Михаил Гуандарин остроумно заметил: «Барнаульское метро вполне реально, но проложено оно в другом измерении – в измерении мечты» [Мечта провинциала...].

Особенность построения текста о несуществующем метро в том, что авторы-создатели особым образом «работают» с категорией возможного/невозможного. Отталкиваясь от картины реального мира, используют в своём тексте элементы рассказа о возможном, вроде, переносят из реального мира в свой созданный реально существующие законы и закономерности, но в этот текст неожиданно вкрапляют элементы, не могущие получить логическое объяснение. Эффект правдоподобия характеризуется тем,

что создаваемый текст «ориентирован и претендует на правду, а жизненная правда трансформируется в вымысел» [Панченко: 39]. При этом «вымышленный мир требует логики, ибо это мир порядка, а не произвола. Его физические законы могут отличаться от тех, какие существуют в мире реальном, однако эти законы должны быть понятны и логически безупречны. Его история может быть сколь угодно необычной, но она не должна противоречить нашему представлению об истории» [Оден]. Однако в отличие от романа в жанре научной фантастики, создатели кейса «Барнаульский метрополитен» не заботятся о построении непротиворечивой модели: мир не существующего в реальности метро не является чётко продуманным миром, в котором заданы какие-то условия, обстоятельства, могущие абсолютно всегда объяснить действие каких-то законов. Фрагменты повествования, которое можно было бы назвать «логичным» чередуются с фрагментами, в которых логики нет, в них дозированно «вставлены» элементы вымысла, которые стоит «пропускать» тому, кто хочет «поверить» в возможность существования такого мира метро. Кейс развивается по модели сказки — что-то приходится принять на веру, чтобы «продвинуться» по тексту дальше и не разрушить создаваемый мир несуществующего метро.

Текст о метро является рассказом, создаваемым благодаря воображению автора. Никто не может получить именно об этом метрополитене сведения на основе своего чувственного опыта: никто не может лично увидеть станции, услышать шум поезда. Метро не видит ни сам автор, ни кто-либо ещё, кто мог бы подтвердить или опровергнуть адекватность авторского восприятия этого вида транспорта и самого авторского рассказа о нём.

Проанализируем характер отношений между субъектами текста и «заключённой в тексте реальностью» согласно

трёхчастной теории модусов реальности, предложенной А. В. Глазковым.

Текст ситуативен, т.к. уже созданный автором мир формирует конкретную ситуацию его использования, значит, он не имеет отношения к общему модусу реальности (терминология А. В. Глазкова).

Здесь нет и не может быть установки субъектов текста на то, «что текст содержит общее знание о реальности», которую А. В. Глазков называет «реальным модусом реальности» [Глазков: 231].

В тексте о барнаульском метро мы имеем дело с такой придуманной автором реальностью, которая существует только в его — авторском — воображении, в его сознании. Источник информации находится «не вне образа реальности, а внутри него» [Глазков], нет корреляции с реальными фактами. Воспринимая текст, читатель должен принимать те установки, которые ему предлагает автор. Модус, в котором субъекты текста обязаны следовать созданным автором текста условиям реальности, А. В. Глазков называет «условным модусом реальности».

Автор текста, созданного в условном модусе реальности, «не несёт ответственности» ни перед описываемым объектом, ни перед воспринимающим текст субъектом: не существует такого объекта в реальной действительности и, в связи с этим, нет другого субъекта, способного воспринять этот объект как реально существующий. У. Оден характеризует особенность подобных «вымышленных миров»: ««творец» может сделать сколь угодно правдоподобным любой пейзаж, любое событие, любого персонажа; и единственно верная интерпретация событий в этом мире — интерпретация его создателя. Что именно происходит в вымышленном мире и почему — все в воле «творца» и ни в чьей более» [Оден].

Применяя теорию модусов, получим, что описанная в тексте о несуществующем метро ситуация находится только в воображении автора, а не во внешнем мире, не связана с конкретным временем и конкретным местом и потому не должна восприниматься ещё кем-то как реальная. Проблема возникает у наивного читателя, который ошибочно признаёт за нехудожественный текст кейс «Барнаульский метрополитен», созданный по законам текста художественного. «Писатель создаёт лингвистическую, мифологическую, географическую и иные детальные картины придуманного им мира» [Гусарова: 87]. Точных критериев правдоподобия и достоверности нет. На этот счёт Л. Каганов пошутил: «Вот если бы процент реальности произведения указывался на обложке как алкоголь на бутылке, было бы отлично. До 15% — слабореальные, от 15% — креплённые реальностью, от 35% и 40% — крепкие реальные, ну а выше 90% — документально-медицинские, технические и протирочные произведения, не рекомендованные для приёма в неразбавленном виде» [Каганов]. Это действительно вызывает улыбку, потому что не принято измерять «градус» реальности/правдоподобия художественного произведения. А вот к произведению нехудожественному пытаются применить похожие критерии.

В рассматриваемом случае реального объекта нет, значит, комментаторы текста могут либо принять на веру то, что автор сообщает, либо, зная, что в реальности метро нет, уличить автора во лжи. Предсказуемая стратегия — «Никакого метро нет. Всё это бред! Хватит обманывать!» — грубо говоря, альтернативный взгляд на мир, проявление убеждённости в том, что нельзя представлять вымысел как правдивую историю. Вторая стратегия — попытаться проникнуть в авторский замысел, но трансформировать, видоизменить его — фактически не

предложить альтернативное описание мира, а создать альтернативный мир, в котором что-то будет совпадать с исходным миром барнаульского метро, а что-то будет новым. Это не копия исходного мира — это ремейк. Словесный спор в комментариях реализует понимание того, как бывает в реальности: обладая информацией разного качества (устаревшей или актуальной), субъекты создают контрфактные тексты (термин А. В. Глазкова). Это формальная контрфактность: новые истории, комментарии, названные нами ремейками исходного текста, вторичны и по времени создания, и по содержанию — они опираются на исходный текст, время их появления не может совпадать со временем создания первого, так как нет нескольких субъектов, одновременно воспринимающих один объект. Поскольку у этих текстов есть общая основа, они учитывают законы другого модуса — модуса реального — в той части, где опираются на исходный текст, создающий среду для комментариев.

Полученный в условном модусе текст, как отмечает А. В. Глазков, является замкнутым в рамках того мира, который автор придумал. Но рассматриваемый нами в целом кейс барнаульского метро не является текстом «застывшим»: как медиатекст он подчиняется другим законам. Его онтологическая особенность в том, что совокупность авторских «постов» и комментариев пользователей постоянно изменяют его, текст остаётся открытым до тех пор, пока не будут введены ограничения на комментирование. Считаем, что такой текст можно назвать динамическим креолизованным текстом.

Комментируя предложенную администратором информацию и относясь к происходящему с иронией, участники сообщества «Барнаульский метрополитен» в соцсети «ВКонтакте» вступают в игру «в правдоподобие»,

осознанно или интуитивно используют для достижения эффекта правдоподобия текста различные приёмы. Рассмотрим выделенные нами на примерах «постов» и комментариев со страниц сообщества. Цитируя, не указываем авторство и сохраняем языковые особенности.

1. Повествование от 1-го лица.

Использование такого принципа повествования делает речь более убедительной — пишущий демонстрирует ответственность за достоверность информации. Практически все сообщения, подтверждающие факт существования метро, построены именно так.

(1) Да есть тут метро! Че гоните то? Я езжу каждый день до молодёжки в школу. Народ, чё за прикол? Куда бы оно интересно делось?

(2) Сори что не в тему но я не нашёл отдел кадров. В 2012 году окончил барнаульскую дорожно–техническую школу по специальности Машинист метропоезда. Имею 4 группу по электробезопасности а так же опыт работы помощником машиниста на РЖД. Где на работу устроится?! Кстати могу и кальянщиком на полставки, так поездов веселее водить.

(3) Вернулся на днях из Праги... их метро вообще ни о чём... у нас подземный переход на Павлике и то красивее, я уж про метро наше вообще молчу.

(4) я дочь в школу в метро вожу, у нее пол класса до школы так собирается.

(5) Сейчас только в проруби окунулся. замерз заскочил в метро на Речном, как же хорошо что вагоны теплые, не даёте простым людям в такой мороз мерзнуть.

2. Логическая мотивация описываемых событий.

Логические связи эксплицированы при помощи языковых конструкций (например, говоря о провале грунта, нужно отвечать ожиданиям читателя и сообщить, представляет

ли это опасность для пассажиров наземного и «подземного» транспорта).

(1) *Я всегда на барнаульском метро пробки объезжаю в час пик особенно когда по Павлику надо пилить...*

(2) *<о снижении стоимости проезда – Е.Г.> Доснижались. Заявление в антимонопольном кабинете лежит от объединения автобусных перевозок. За демпинг.*

(3) *при покупке годового абонемента есть бонус – армейский тулуп выдают на станции посадки. При выходе сдаете. Это зимой. Летом – веер. Очень удобно.*

3. Создание наукообразного текста с использованием соответствующей терминологии.

Подобный приём уже получил подробное описание как вид манипуляции.

(1) *Причем скорость доступа <в интернет – Е.Г.> напрямую будет связана со скоростью подвижного состава. Какое то ноу-хау на эффекте Доплера. Пока это секретные технологии, разработанные в одном из депу БМ. ВПК заинтересовался, но, пока не будет введено в под(на, над) земке, ни о каких контрактах речи не будет;* (2) *согласно результатам социологического опроса, проведенного пресслужбой барнаульского метрополитена, 3,74 % жителей краевой столицы, ни разу не пользовались транспортной услугой барнаульской подземки. В эти цифры попали госслужащие, имеющие в распоряжении служебные транспортные средства, пилоты вертолётного парка, а так же некоторые жители города Новоалтайска, практически имеющего уже анклавный статус. К стати, по заверениям той же службы, планируется согласно стратегии развития и продления сети метрополитена и в согласовании с генпланом строительства г. Барнаула, Новоалтайск будет соединён с Барнаулом новой веткой именно через новый мост. Что не однократно отражено*

в открытых документах опубликованных на многих интернет ресурсах. К стати это единственный, пока, наземный отрезок пути барнаульского метро.

4. Отсылки к известным сторонам действительности или историческим фактам, предсказуемые с точки зрения логики и психологии ситуационные конструкции.

Для создания правдоподобия имеют большую значимость текстовые фрагменты, в которых нет алогизмов и искажений семантики использованных лексических единиц. Такие фрагменты созданного в сети текста имеют прямые аналоги за пределами вымышленного мира, т. е. максимально подобны текстовым структурам, описывающим ситуации реального мира. Так вводятся в текст типичные названия временных и пространственных промежутков, стереотипные представления, типические реакции на события определённого рода. Текст отвечает принципу внутренней непротиворечивости, что достигается созданием соответствия информации об одном и том же, размещённой в разных частях текста: например, в речи администратора сообщества и в комментариях подписчиков.

(1) Работы шли в ускоренном темпе и 22 апреля 1974 года, к 104-летию В.И. Ленина состоялось торжественное открытие одноименной линии метро. А на следующий день шесть станций пилонного типа – «Речной вокзал», «Площадь Советов», «Октябрьская», «Новый рынок», «Северо-Западная» и «Проспект Космонавтов» приняли первых пассажиров.

(2) В 1980 году за успехи в строительстве Барнаульского метрополитена город награждается Орденом Октябрьской революции. Во второй половине 1980-х годов были осуществлены планы местростроителей по соединению спальных районов с центром города, для того,

чтобы решить уже тогда начавшиеся проблемы с загруженностью основных автомагистралей Барнаула.

(3) В 1985 году во время своего визита на Алтай, Барнаульский метрополитен удостоился визита члена Политбюро ЦК КПСС Гейдара Алиева, который баллотировался в Верховный Совет РСФСР от барнаульского Центрального избирательного округа № 148. Гейдар Алиевич посетил строящиеся станции метро и пообещал всестороннюю поддержку на самом высоком уровне.

(4) В начале января 2011 года глава администрации Барнаула Игорь Савинцев объявил о новых грандизных планах Барнаульского метрополитена. Заручившись финансовой поддержкой федерального бюджета в рамках программы «Модернизация транспортной структуры малых городов России», а также при участии таких бизнесменов как М. Прохоров и В. Потанин, была создана стратегия развития Барнаульского метро на 2011–2014 годы.

5. Большое количество деталей (желательно натуралистичных), позволяющих получить полную картинку фрагмента действительности: это создаёт впечатление хорошего знания предмета повествования. «У читателя попросту не должно возникнуть вопросов, на которые у автора не нашлось бы ответа» [Оден]. Важно не просто наличие деталей в повествовании — важно рациональное их использование, учёт возможной значимости, масштаба отдельных деталей, пропорциональность отдельных элементов повествования. Художественный текст, детально представляя чувства и переживания, как раз «имеет право» детали бытовые, технические, узкоспециальные пропускать. Реципиент не все эти детали «заметит» в тексте, но у него сложится ощущение реальности. Правда, коммуникативный опыт может подсказать реципиенту, что искусственно

созданное большим количеством деталей и уточнений правдоподобие может быть художественным приёмом в художественном тексте или «способом ретуширования недостоверности» — в нехудожественном [Панченко: 41]. В сообщении должен формально соблюдаться Принцип кооперации, сформулированный П. Грайсом: в частности, должно оставаться впечатление соблюдения постулатов качества и количества. Повествование должно выглядеть убедительным, информации должно быть достаточно, не должно быть избытка (негативный пример — версия истории России Носовского и Фоменко). Приведём один из примеров — фрагмент текста «История строительства»

Годом рождения Барнаульского метрополитена считается 1972 год, когда столицу Алтайского края посетил Леонид Ильич Брежнев в ознаменование рекордного урожая зерновых. Вернувшись в Москву, на заседании Политбюро генсек сказал: «Вы знаете, поездил я по стране — везде просьбы, просьбы, и только на Алтае — широкий государственный подход. Руководство края смотрит в будущее и думает о завтрашнем дне. Его надо поддерживать». Так было принято решение на уровне ЦК, которое поручило Совмину СССР и РСФСР рассмотреть вопрос о создании в Барнауле метрополитена, дляощрения труженников села и города.

Тогда же генеральный секретарь побывал на одном из заводов города, где осмотрел первые опытные образцы вагонов для будущего барнаульского метрополитена.

В октябре—ноябре 1972 года проводились изыскательные работы, разработан проект первых станций метро. По замыслу руководителей города, линия метро должна была пройти под главной магистралью Барнаула — проспектом Ленина. И в декабре того же года, началась закладка 6-ти шахтных стволов.

6. «Смещение фокуса внимания» [Каганов]: невероятное покажется реципиенту очевидным, если герои повествования относятся к нему как к очевидному, отвлекая внимание читателя от главного объекта и обращая внимание на мелкие, незначительные детали, вопросы, косвенно относящиеся к проблеме. Так, среди ответов возмущённым обманом про метро гражданам встречаем:

(1) в Барнауле принято пафосно разъезжать на новых тачках. тех, кто пользуется услугами метрополитена, эти горе—автолюбители презрительно называют подземными крысами и червяками. они не в курсе того, что не каждый студент может себе позволить разъезжать по городу на тачке.

(2) а вы зачем старую статью здесь публикуете? Да к тому же с недостоверной информацией!!! Я несколькими комментариями выше опубликовал фотографии уже работающей «Театральной». А в статье пишут, что её всё никак не могут достроить. А как же тогда я на платформу спускался, не имея никакого отношения к строителям? Не вводите людей в заблуждение! Станция работает, поезда ходят, эскалаторы исправны. Уже тысячи людей воспользовались «Театральной». А ко дню города и ко дню празднования 80—летия края намечено ТОРЖЕСТВЕННОЕ открытие станции, хотя фактический запуск уже состоялся!

(3) я в Барнауле когда жил спокойно себе ездил, не понимаю в чем вопрос. Троллейбусы с автобусами тоже не видите что ли?

7. Негативная информация в тексте: человеку свойственно обращать внимание на всё, что отклоняется от нормы, особенно — в отрицательную сторону, поэтому упоминание об отрицательных качествах, неудачах и под, воспринимается как нечто, свойственное жизни, а сам рассказ — как правдоподобный, «без прикрас».

(1) В 1990–е годы метрополитен переживал свои самые тяжелые времена. Для сохранения стратегического предприятия пришлось законсервировать несколько начатых тоннелей, провести полномасштабную реструктуризацию, а также сокращения в коллективе.

(2) После большого периода, связанного с нестабильной экономической обстановкой в стране, в начале 2006 году возобновились работы по прокладке новых тоннелей.

(3) Из комментария пользователя: (3) А 2009 году открыты три станции новой Власихинской линии – «Силикатная», «Балтийская» и «Малаховская 2». Вот, только новая ветка Власихинская линия, была открыта не 2009, а именно в 1 Декабря 2010 года. В 28 Декабря 2009 года, была открыта новая станция Восточная на Октябрьском линий, это была первая из современной станций после 20 лет.

(4) Пересадочный узел на павловской линии еще по вопросом говорят.

(5) ...хм, какие-то устойчивые сомнения по этому сверхэнтузиастскому поводу. – Три станции (одна из них, причём узловая)! Зиму-то пережили со скрипом; то бесплатный проезд «пятничный» устраивали, для привлечения внимания, то промо-акции с якобы случайно попавшими в метро звездами шоу-биза. ...Или это вынужденная «щедрость», чтоб, неплохим подарком, отвести глаза горожан, от какого-нибудь назревающего коррупционного скандала в верхах? ...Ну как говорится: «нет худа без добра». P.S. Очть интересно: как станция будет называться на кольцевой, между Молодёжной и Георгиевской??. Может на волю референдума отдадут...

(6) прекратите врать! сколько лет уже!!! вы еще ни одну станцию вовремя не открыли! всегда то на месяц то на два опаздываете!

8. Эмоциональность, так как она наиболее сильно проявляется именно тогда, когда сам пишущий пережил в реальности то, о чём сообщает, был свидетелем того, о чём пишет. При этом необходимо учитывать достоверность и обоснованность эмоций; Эмоциональность достигается использованием эмоционально-оценочных лексических средств, вопросительных и восклицательных предложений (последних большое количество в группе), апеллятивных конструкций, добавлением иконических знаков к вербализованной информации.

(1) *Да есть тут метро! Че гоните то? <...> Народ, чё за приколы? Куда бы оно интересно делось?*

(2) *Возмущает негоумение некоторых пользователей! Что значит у нас нет метро? Лично у нас оно есть. И точка!. Что есть у вас – это ваше личное дело. Я считаю хаять наши мнения – это некрасиво. Всё у нас есть и будет быть!*

(3) *Люблю Барнаульское метро, лучшее метро в России.*

(4) *Наше метро самое лучшее! Очень красивое оформление станций, всегда уютно и чисто! Поезда почти все новые, скоро, кстати, пустят улучшенный состав нового поколения с повышенной шумоизоляцией*

(5) *Обещали открыть три станции, а по факту открыли одну!!! Как всегда, деньги украли!!! причём станции полностью построены, Алё, руководство, когда сможем пользоваться новыми станциями построенными на наши налоги?!?*

В последнем из приведённых примеров «работает» и эмоциональность, и повествование от первого лица, и негативная информация, и смещение фокуса внимания.

9. Актуальные языковые средства: об актуальных событиях надо рассказывать современным языком; «Соответствие стиля и темы статьи» [Достоверность

Википедии]. Иллюстрацией являются все приведённые выше примеры.

10. «Соответствие иллюстраций её теме» [там же]: тщательно подобранный фото- и видеоконтент создаёт иллюзию правдоподобного материала. На сайте и в группе «Барнаульский метрополитен» выложена фотокопия «Постановления ЦК КПСС и Совета Министров СССР о начале строительства метро в Барнауле»; фотографии жетонов и билетов для оплаты проезда в барнаульском метро (с его логотипом); фотографии вагонов и станций метро (якобы, барнаульского); реальные фотографиистроек и политических лидеров страны с подписями, соответствующими фейковым текстам; видео выступлений в вагоне метро уличных музыкантов и даже видео-экскурсии по метро.

«Жизнеспособности» Барнаульского метро способствует представление о роли самого информационного ресурса — подобные интернет-площадки есть у реально существующих организаций: был сайт, существует страница «ВКонтакте» и аккаунт в «Твиттере». Интерес к «сетевой жизни» — это уже сложившийся тренд современности, когда, по словам профессора О. В. Лещака: «реальные энергоматериальные явления и происходящие с ними события в настоящее время уже очевидным образом начинают уступать по объёму, частотности и значимости событиям информационным, нередко фиктивным» [Лещак: 133].

Рассматривая средства создания правдоподобия в тексте, тем более таком, который «маскируется» под журналистский, можно воспользоваться «подсказками» из теории журналистики. Для создания правдоподобия в тексте журналистика использует три типа источников: документы, предметы и человека. На сайте Барнаульского метро и в одноименном сообществе «ВКонтакте» есть имитация

документов, есть фотоматериалы, зафиксированная речь людей — якобы сотрудников и пользователей метро.

В случае с Барнаульским метро, как и с подобными, не существующими в нашей реальности услугами и объектами, вопрос о возможности его существования можно решить по принципу современной рекламы. Герой ролика сотовой сети учит представителя конкурирующей компании: «Не запостила — не было! А запостил — было!» [Билайн]. Барнаульское метро живёт по этому принципу: в виртуальной реальности проложены рельсы, выстроенны станции, можно устроиться на работу в метрополитен кальянциком.

Изобретательность и активность подписчиков группы «ВКонтакте» свидетельствует о популярности этой «игры в правдоподобие».

Критическая реакция, попытки «вскрыть обман» — это, на самом деле, «рецензии» читателей на предложенную интернет-игру. Если игра не понравилась, реципиент ищет, к чему придраться, если игра оказалась увлекательной, он готов в неё включиться, а слишком явные нарушения логики и отсутствие понятных мотивировок, объяснений и пр. он сам предложит исправить, включившись в дискуссию на странице и «уточнив» исходную картинку в собственном комментарии к материалу.

Литература

1. Барнаул // Материал из Википедии — свободной энциклопедии. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Барнаул>. Дата обращения: 28.11.2017.

2. Билайн. Не запостил — значит не было! (2017). [Видео] Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=XPQ7Ys3hjks>. Дата обращения: 23.11.2017.

3. В каких городах России есть метро? [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://navopro.ru/geografia/metro-v-kakih-gorodah-rossii> Дата обращения: 29.11.2017.

4. Вахштайн В. Теория фреймов // Постнаука. [Видео]. Режим доступа: <https://postnauka.ru/video/431>. Дата обращения: 14.05.2018.

5. Виноградов Д. Строители несуществующих метрополитенов. // РИА НОВОСТИ. 17.02.2014. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://ria.ru/ocherki/20140217/995280125.html> Дата обращения: 10.05.2018.

6. Витгенштейн Л. О достоверности // Философские работы. Ч. 1. М., 1984. С. 75 – 321.

7. Глазков А.В. Оценка и модус реальности. // Ответственные науки. 2016. № 6. Том 1. С. 228 – 244.

8. Гусарова А.Д. Как создаётся мир фэнтези (к вопросу о требованиях психологического правдоподобия в фантастике) // Учёные записки Петрозаводского государственного университета. Филологические науки. 2017. № 1 (162). С. 86 – 89.

9. Достоверность Википедии // Википедии [Электронный ресурс] Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Достоверность_Википедии. Дата обращения: 11.05.2018.

10. Исакова Е. Пять городов, в которых «умерло» метро. // 74.ru. 24.06.2016. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://domchel.ru/text/house/181198672613376.html>. Дата обращения: 11.05.2018.

11. Каганов Л. Про достоверность в литературе // Pro-writer's [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://prowriterslab.com/blog/2009-02-14-210/>. Дата обращения: 13.05.2018.

12. Кайа Р. Игры и люди: статьи и эссе по социологии культуры. М.: ОГИ, 2017. 304 с.

13. Карасик В.И. Языковые ключи. Волгоград, 2007. 520 с.
14. Клейменова В.Ю. Достоверность фикционального мира современной литературной английской сказки // Вестник Кемеровского государственного университета. Сер. Филология. 2012. № 4(52). Т. 1. С. 219 – 223.
15. Кореновский метрополитен. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.vashopros.ru/result.php>. Дата обращения: 04.12.2017, Дата обращения: 11.05.2018.
16. Лещак О.В. Проблема определения когнитивных и семиотических функций: понятие – концепт – симулякр. // The Peculiarity of man. 2017. Nr 2 (26). 133 – 153.
17. Лудинский метрополитен. Сайт. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://1-metro.narod.ru/> Дата обращения: 29.11.2017.
18. Львівський метрополітен. Сайт. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://metro.lviv.ua/vak/> Дата обращения: 29.11.2017.
19. Мечта провинциала. Зачем барнаульцы придумали метро. //Аргументы и факты. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://http://www.altai.aif.ru/society/1107503>. Дата обращения: 14.05.2018.
20. Не сидится: клуб желающих переселиться [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://nesiditsa.ru/city/barnau>. Дата обращения: 14.05.2018.
21. Оден У. В поисках героя // Tol Eressea [Электронный ресурс] Режим доступа: [http://eressea.ru/tavern7/010 – 0013.shtml](http://eressea.ru/tavern7/010-0013.shtml). Дата обращения: 13.05.2018.
22. Панченко Н.Н. Достоверность как коммуникативная категория. Волгоград, 2019. 304 с.
23. Панченко Н.Н. Концепт «правдоподобие» в художественном и бытовом дискурсах. // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2. Языкознание. 2009. № 1. С. 38 – 43.

24. Плотникова С. Н. Человек и персонаж: феноменологический подход к естественной и художественной коммуникации // Человек в коммуникации: концепт, жанр, дискурс: сб. науч. тр. Волгоград, 2006. С. 89 – 105.

25. Правда // Дмитриев Д. В. Толковый словарь русского языка. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://onlineslovari.com/tolkovyiy_slovar_dmitrieva/page/pravda.3939/. Дата обращения: 11.05.2018.

26. Правдоподобие // Ефремова Т. Ф. Современный толковый словарь русского языка. 2000. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/efremova/223845>. Дата обращения: 11.05.2018.

27. Правдоподобие // Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка. 1949 – 1992. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ogegova/177774>. Дата обращения: 11.05.2018.

28. Правдоподобие // Ушаков Д. Н. Толковый словарь современного русского языка. 1935 – 1940. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ushakov/966270>. Дата обращения: 11.05.2018.

29. Правдоподобие // Эстетика: Словарь / Под общ. ред. А. А. Беляева. М., 1989. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://aesthetics.academic.ru/360/ПРАВДОПОДОБИЕ>. Дата обращения: 12.05.2018.

30. Словоново – словарь современной лексики, жаргона и сленга [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://slovnovo.ru/> Дата обращения: 11.05.2018.

31. Соколов М. Понятие фрейма у Гоффмана. // Постнаука. [Видео]. Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=csZpiM9Vumg>. Дата обращения: 14.05.2018.

32. Транспорт России. // Министерство транспорта Российской Федерации. Сайт. [Электронный ресурс] Режим доступа: https://www.mintrans.ru/activity/transport_of_russian/ Дата обращения: 28.11.2017.

33. Тришин В. Н. Большой русский словарь-справочник синонимов (близких по смыслу слов). [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://trishin.net/> Дата обращения: 10.05.2018.

34. Фрейм. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://studyenglishwords.com/words/frame>. Дата обращения: 14.05.2018.

35. Шевяков Т. Чёрная дыра. Перспективы региональных метрополитенов. // Lenta.ru. 30.03.2015. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://lenta.ru/articles/2015/03/30/metro/>. Дата обращения: 14.05.2018.

ELENA GLAZKOVA

Credibility as a game: Barnaul Metropolitan case study

Abstract: To be able to have a judgement about what one reads or hears in terms of «truth» and «false», one has to witness it and have an evidence of it to be truthful or not. Once a reader or a listener can no longer rely on his own experience as they cannot prove something to be truthful or not themselves, they have to consider some information «credible», or potentially possible to be truthful in reality. Otherwise, the recipient, taking in consideration his precedent experience, tends to believe the information to be «far from the truth». The case study presented in the paper examines the issue of credibility

in a text of special kind – such text which is intentionally created as informational and documentary, but is in fact fictional. The analysis is based on the content of «Barnaul Metropolitan» public page in social network «VKontakte». The case of «Barnaul Metropolitan» is a narrative of the factually non-existent metropolitan which can be regarded as a game, a fake, an Internet meme, a way of socialization and a polysemiotic text. Discussed in the paper are the mechanisms of creation and maintenance of the illusion of credibility by the members of the Internet community.

Key words: virtual reality, credibility, veracity, game, text analysis, metropolitan, fake, reality modus.

Literature:

1. Barnaul // Material iz Vikipedii – svobodnoj enciklopedii. [Elektronnyj resurs] Rezhim dostupa: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Barnaul>. Data obrashcheniya: 28.11.2017.
2. Bilajn. Ne zapostil – znachit ne bylo! (2017). [Video] Rezhim dostupa: <https://www.youtube.com/watch?v=XPQ7Ys3hjks>. Data obrashcheniya: 23.11.2017.
3. V kakih gorodah Rossii est' metro? [Elektronnyj resurs] Rezhim dostupa: <https://navopros.ru/geografia/metro-v-kakih-gorodah-rossii> Data obrashcheniya: 29.11.2017.
4. Vahstajtn V. Teoriya frejmov // Postnauka. [Video]. Rezhim dostupa: <https://postnauka.ru/video/431>. Data obrashcheniya: 14.05.2018.
5. Vinogradov D. Stroiteli nesushchestvuyushchih metropolitenov. // RIA NOVOSTI. [Elektronnyj resurs] Rezhim dostupa: <https://ria.ru/ocherki/20140217/995280125.html> Data obrashcheniya: 10.05.2018.
6. Vitgenshtejn L. O dostovernosti // Filosofskie raboty. Ch.1. M., 1984. S.75 – 321.

7. Glazkov A. V. Ocenka i modus real'nosti. // Obshchestvennye nauki. 2016. № 6. Tom 1. S. 228 – 244.

8. Gusarova A. D. Kak sozdayotsya mir fentezi (k voprosu o trebovaniyah psihologicheskogo pravdopodobiya v fantastike) // Uchyonye zapiski Petrozavodskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologicheskie nauki. 2017. № 1 (162). S. 86 – 89.

9. Dostovernost' Vikipedii // Vikipedii [Elektronnyj resurs] Rezhim dostupa: https://ru.wikipedia.org/wiki/Dostovernost'_Vikipedii. Data obrashcheniya: 11.05.2018.

10. Isakova E. Pyat' gorodov, v kotoryh «umerlo» metro. // 74.ru. 24.06.2016. [Elektronnyj resurs] Rezhim dostupa: <http://domchel.ru/text/house/181198672613376.html>. Data obrashcheniya: 13.05.2018.

11. Kaganov L. Pro dostovernost' v literature // Pro-writer's [Elektronnyj resurs] Rezhim dostupa: <http://prowriterslab.com/blog/2009-02-14-210/>. Data obrashcheniya: 13.05.2018.

12. Kaja R. Igry i lyudi: stat'i i esse po sociologii kul'tury. M.: OGI, 2017. 304 s.

13. Karasik V. I. Yazykovye klyuchi. Volgograd, 2007. 520 s.

14. Klejmenova V. Yu. Dostovernost' fikcional'nogo mira sovremennoj literaturnoj anglijskoj skazki // Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta. Ser. Filologiya. 2012. № 4(52). T.1. S.219 – 223.

15. Korenovskij metropoliten. [Elektronnyj resurs] Rezhim dostupa: <http://www.vashopros.ru/result.php>. Data obrashcheniya: 04.12.2017.

16. Leshchak O. V. Problema opredeleniya kognitivnyh i semioticheskikh funkcij: ponyatie – koncept – simulyakr. // The Peculiarity of man. 2017. Nr 2 (26). 133 – 153.

17. Ludinskij metropoliten. Sajt. [Elektronnyj resurs] Rezhim dostupa: <http://l-metro.narod.ru/> Data obrashcheniya: 29.11.2017.

18. L'vivskij metropoliten. Sajt. [Elektronnyj resurs] Rezhim dostupa: <http://metro.lviv.ua/vak/> Data obrashcheniya: 29.11.2017.

19. Mechta provinciala. Zachem barnaul'cy pridumali metro. //Argumenty i fakty. [Elektronnyj resurs] Rezhim dostupa: [http:// http://www.altai.aif.ru/society/1107503](http://www.altai.aif.ru/society/1107503). Data obrashcheniya: 14.05.2018.

20. Ne siditsya: klub zhelayushchih pereselit'sya [Elektronnyj resurs] Rezhim dostupa: <http://nesiditsa.ru/city/barnau>. Data obrashcheniya: 14.05.2018.

21. Oden U. V poiskah geroya // Tol Eressea [Elektronnyj resurs] Rezhim dostupa: <http://eressea.ru/tavern7/010-0013.shtml>. Data obrashcheniya: 13.05.2018.

22. Panchenko N. N. Dostovernost' kak kommunikativnaya kategoriya. Volgograd, 2019. 304 s.

23. Panchenko N. N. Koncept «pravdopodobie» v hudozhesvtennom i bytovom diskursah. // Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 2. Yazykoznanie. 2009. № 1. S.38 – 43.

24. Plotnikova S. N. Chelovek i personazh: fenomenologicheskij podhod k estestvennoj i hudozhestvennoj kommunikacii//Chelovek v kommunikacii: koncept, zhanr, diskurs: sb.nauch.tr. Volgograd, 2006. S.89 – 105.

25. Pravda // Dmitriev D. V. Tolkovyj slovar' russkogo yazyka. [Elektronnyj resurs] Rezhim dostupa: http://onlineslovari.com/tolkovyiy_slovar_dmitrieva/page/pravda.3939/. Data obrashcheniya: 13.05.2018.

26. Pravdopodobie // Efremova T. F. Sovremennyj tolkovyj slovar' russkogo yazyka. 2000. [Elektronnyj resurs] Rezhim dostupa: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/efremova/223845>. Data obrashcheniya: 13.05.2018.

27. Pravdopodobie // Ozhegov S. I., Shvedova N. Yu. Tolkovyj slovar' russkogo yazyka. 1949 – 1992. [Elektronnyj

resurs] Rezhim dostupa: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ogegova/177774>. Data obrashcheniya: 13.05.2018.

28. Pravdopodobie // Ushakov D. N. Tolkovyj slovar' sovremennogo russkogo yazyka. 1935 – 1940. [Elektronnyj resurs] Rezhim dostupa: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ushakov/966270>. Data obrashcheniya: 13.05.2018.

29. Pravdopodobie // Estetika: Slovar' / Pod obshch.red. A. A. Belyaeva. M., 1989. [Elektronnyj resurs] Rezhim dostupa: <https://aesthetics.academic.ru/360/PRAVDOPODOBIE>. Data obrashcheniya: 12.05.2018.

30. Slovonovo – slovar' sovremennoj leksiki, zhargona i slenga [Elektronnyj resurs] Rezhim dostupa: <http://slovonovo.ru/> Data obrashcheniya: 11.05.2018.

31. Sokolov M. Ponyatie frejma u Goffmana. // Postnauka. [Video]. Rezhim dostupa: <https://www.youtube.com/watch?v=csZpiM9Vumg>. Data obrashcheniya: 14.05.2018.

32. Transport Rossii. // Ministerstvo transporta Rossijskoj Federacii. Sajt. [Elektronnyj resurs] Rezhim dostupa: https://www.mintrans.ru/activity/transport_of_russian/ Data obrashcheniya: 28.11.2017.

33. Trishin V. N. Bol'shoj russkij slovar'-spravochnik sinonimov (blizkih po smyslu slov). [Elektronnyj resurs] Rezhim dostupa: <http://trishin.net/> Data obrashcheniya: 10.05.2018.

34. Frejtm. [Elektronnyj resurs] Rezhim dostupa: <https://studyenglishwords.com/words/frame>. Data obrashcheniya: 14.05.2018.

35. Shevyakov T. Chyornayadyra. Perspektivy regional'nyh metropolitenov. // Lenta.ru. 30.03.2015. [Elektronnyj resurs] Rezhim dostupa: <https://lenta.ru/articles/2015/03/30/metro/>. Data obrashcheniya: 13.05.2018.

Адрес электронной почты автора:
elena—glazkova1@ya.ru

МАРИЯ ЗАХАРОВА

*Россия, Москва, Российская академия
народного хозяйства и государственной службы
при Президенте РФ*

Ошибки при разработке российских территориальных брендов

Территориальный брендинг уже давно сложился как отдельное направление, которое не только описано в теории, но и активно используется на практике. Однако многие отечественные экономисты до сих пор считают, что всё это надуманно и не несёт в себе никакой пользы для территории. И даже успешные зарубежные примеры их в этом не убеждают. С одной стороны — детально проработанная теория, существующая уже более двадцати лет, с другой — огромные реальные средства, которые тратятся на реализацию проектов по брендингу в России, но ничего не приносят. Однако возникает множество вопросов, можно ли эти проекты отнести к брендингу? И почему администрация российских городов и регионов так полюбила этот процесс? В статье разбираются самые распространённые ошибки российского территориального брендинга, зачастую не дающие нам возможности даже назвать происходящий процесс брендингом.

Ключевые слова: бренд, территория, местные жители, логотип, позиционирование, продвижение, социально-экономическое развитие.

В настоящее время мы наблюдаем серьёзные изменения геополитической ситуации, что не может не влиять на сферу туризма. Доля россиян, выезжающих на отдых за границу, уменьшается, а как следствие этого растёт внутренний туризм. По прогнозам Всемирной туристской организации, доходы, полученные от туризма, в ближайшие десять лет будут только расти. Туризм можно рассматривать одним из мощных драйверов экономики, привлекающий инвестиции, создающий новые рабочие места и активизирующий малый и средний бизнес. Создание благоприятных условий для привлечения бизнеса и инвестиций ведёт к повышению конкурентоспособности территории, что является одной из важнейших задач региональной политики [Визгалов 4: 37].

В рыночной экономике растёт конкуренция не только между субъектами бизнеса, но и между местами их размещения. Брендинг городов и регионов — бурно развивающееся направление территориального развития во многих странах, которое только начинает приходить Россию. В период активного экономического роста города, регионы и страны вступают в конкурентную борьбу между собой за трудовые и финансовые ресурсы. В будущем эта борьба будет только усиливаться, поэтому поиск инструментов, которые позволят победить в этой борьбе, является актуальной задачей.

Брендинг является одним из важнейших процессов, способствующих дифференциации продукта среди конкурентов, формированию, привлечению и удержанию собственных целевых аудиторий, это мощный инструмент в борьбе за потребительские предпочтения и лояльность. В наше время наличие сильного бренда — это конкурентное преимущество.

Многие специалисты считают, что использование многолетнего опыта корпоративного брендинга — наиболее

правильный путь при построении бренда территории. В достижении успеха корпоративного бренда обязательно принимают участие сотрудники корпорации, её руководство и все, кто с ней тесно сотрудничает, все они движутся совместными усилиями к единой цели. В случае же с формированием бренда территории в роли персонала выступают жители, в роли руководства — администрация, а также все, кто связан с территорией (например, временные трудовые ресурсы). Только в случае объединения усилий всех участников процесса можно добиться долгосрочного результата. Однако важно понимать, что мы хоть и рассматриваем территорию и корпорацию как схожий объект по своей структурной организации, во всём остальном они являются совершенно разными объектами, поэтому за основу брендинга мы возьмем принципы построения корпоративного бренда, но адаптируем их для территории.

Прежде всего необходимо выделить специфику городского маркетинга:

- 1) высокая плотность населения;
- 2) сложная транспортная и деловая инфраструктура;
- 3) информационная насыщенность (наличие большого числа СМИ);
- 4) присутствие местных и вышестоящих органов власти;
- 5) высокая стоимость проживания (по сравнению с сельскими районами);
- 6) высокая стоимость жилья;
- 7) экологические проблемы [Панкрухин: 295 – 296].

Однако несмотря на всю сложность процесса, тема брендинга городов, регионов и даже целых стран очень популярна во всем мире. В современных условиях создание туристического бренда территории и его интеграции во внутреннюю и внешнюю среду является интересной темой обсуждения, ведь это отличная возможность для

привлечения целевых групп, таких как туристы и инвесторы. Это долгий и ресурсоёмкий процесс, включающий в себя большое количество различных факторов. С каждым годом эта тема привлекает к себе всё больше и больше внимания, повышается интерес со стороны различных заинтересованных сторон.

С одной стороны, бренду территории присуще такие классические атрибуты брендинга: логотип, слоган, фирменный стиль. С другой стороны, сущность самого территориального бренда характеризуется двумя основными составляющими: впечатлениями жителей, так называемая идентичность, и впечатлениями гостей, что составляет образ. Однако самое важное в брендинге территории — это совпадение целей брендинга со стратегией развития территории. При разработке бренда необходимо не просто учесть стратегию развития, а взять её за основу.

Анализ зарубежной и отечественной литературы, а также изучение практических кейсов позволил выделить четыре основных этапа разработки бренда территории:

1. Исследование.

На первом этапе анализируется текущая ситуация и происходит понимание того, что и кому мы хотим донести. Начинается всё с определения основных ресурсов, необходимых для развития территории, а также выявляются проблемы развития территории. Параллельно с этим анализируются все заинтересованные аудитории и выделяется целевая аудитория [Котлер: 51 — 75]. Таким образом, основная задача первого этапа заключается в определении того, что может выступать драйвером развития и что может этому развитию помешать, а главное — для кого всё это будем делать.

2. Позиционирование.

На втором этапе четко формулируется послание целевой аудитории, то есть разрабатывается позиционирование.

Сначала выбирается приоритетное направление развития территории, одновременно с этим определяется основная цель и стратегическое видение. Понимая основную цель, можно разрабатывать маркетинговую стратегию по достижению этой цели. Данный этап включает в себя разработку визуальной составляющей бренда, всех необходимых атрибутов, но это только малая часть работы, основа которой заключается в формировании стратегии. Это даёт четкие ориентиры, к чему стремиться и как добиться поставленной цели. На этом этапе необходимо определить основные индикаторы оценки стратегии, очень важно понять, как мы сможем оценить свою деятельность, поскольку любое действие в маркетинге должно быть оценено.

3. Продвижение.

На третьем этапе послание доводится до целевой аудитории, иными словами, происходит продвижение основных идей. Для того, чтобы все идеи, разработанные на предыдущем этапе, воплотились в жизнь, для того чтобы можно было назвать территорию брендом, необходимо выбрать маркетинговые инструменты, которые донесут наше послание до целевой аудитории. Послание надо не просто донести, а сделать это максимально эффективно. Очень важно понимать, что данный процесс – это не набор нескольких действий, реализованных в краткосрочный период, а длительный постоянный процесс, способный постепенно привести к поставленной цели. Чем быстрее представим бренд целевой аудитории, тем больше вероятность того, что она его так же быстро забудет.

4. Реализация.

На четвертом этапе проводится оценка выполненных действий и возможная их корректировка. Во время реализации ведётся постоянный мониторинг и производится оценка действий, опираясь на индикаторы, разработанные

ранее. Очень важно не бояться признавать свои ошибки и вовремя их исправлять, то есть корректировать программы и действия. Это поможет минимизировать затраты и максимизировать эффект.

В последние годы в России к территориальному брендингу прибегают всё чаще и чаще, поскольку усиливается конкуренция между регионами за привлечение рабочей силы, туристов, ну конечно же, за инвестиции. Однако в отличие от опыта тех стран, где территориальным брендингом занимаются уже достаточно долго и успешно, в России пока такая практика не так сильно распространена. В погоне за модным трендом администрации городов и регионов активно занимаются разработкой фирменного стиля, ошибочно называя это брендингом. Это связано с тем, что, во-первых, у нас очень мало специалистов, занимающихся данным вопросом, а во-вторых, в стремлении к экономии специалистам просто не готовы платить, поручая проекты по разработке бренда кому-нибудь из администрации.

Также можно отметить, что к брендингу территорий пока ещё относятся очень скептически и не воспринимают его всерьез, считая, что это никак не улучшит показатели территории и не привлечет новые инвестиции. Специалисты, утверждающие это, ссылаются в основном на отсутствие грамотно реализованных проектов в этой области и наличие хотя бы одного успешного территориального бренда в России. Да, есть несколько проектов, грамотно разработанных привлечёнными специалистами в этой области, но данных по оценке эффективности пока нет. Работа в этой области также усложняется тем, что в Российской Федерации большое количество субъектов, конкурирующих между собой, что приводит к достаточно жёсткой конкурентной борьбе, выиграть в которой быстро не получится. Прочный результат может быть достигнут

только в долгосрочной перспективе, брендинг — это не быстрый процесс.

Разобрав подробно основные этапы разработки бренда и проблемы, связанные с этим, переходим к рассмотрению основных ошибок, которые допускаются в ходе разработки и реализации подобного рода проектов.

Ошибка номер 1. Приравнивание бренда к логотипу.

Это одна из самых распространённых ошибок, которую чаще остальных можно встретить при анализе российских городов и регионов. Многие разработчики брендов грешат тем, что забывают про суть бренда, увлекаясь лишь графическими атрибутами.

Графические элементы дизайна бренда должны отражать идею бренда и вызывать правильные ассоциации. За красивой картинкой должен быть смысл, который понятен потребителю. Однако наличие визуальной составляющей не означает наличие бренда. Бренд — это ассоциации, которые возникают у нас при упоминании конкретной территории. Правильные ассоциации и грамотно разработанная стратегия бренда принесут территории конкретные выгоды и финансовый доход, а вот красивая картинка — это средства, потраченные впустую.

В последние несколько лет можно наблюдать, как российские города и регионы активно занимаются только разработкой логотипов и фирменных стилей. В этот процесс включилось огромное количество городов России. Это и крупные города-миллионники, и небольшие города с численностью населения менее 100 тысяч человек. Администрации городов проводят тендеры среди дизайнерских компаний и конкурсы среди простых жителей на разработку логотипов, показывая тем самым открытость процесса. Основная идея таких конкурсов заключается в том,

что каждый желающий может стать его участником. Так появляется огромное количество логотипов, которые остаются только на бумаге и не используются в дальнейшем.

В отличие от логотипа бренд территории должен обладать следующими элементами, способствующими его уникальности и дифференциации от конкурентов:

1. **Идея.** Она должна включать в себя что-то, связанное с территорией, и хорошо описывать её. Аудитория должна чётко идентифицировать то, о чём идёт речь [Визгалов 5: 23 – 26].

2. **Ценность.** Сюда входят уникальные конкурентные преимущества территории, которые можно определить практической пользой территории и проектами, которые стоит осуществить на территории для поддержания её уникальности. Преимущества могут быть эмоциональные, социальные и функциональные.

3. **Дизайн.** Это система взаимосвязанных графических атрибутов, которые будут представлять собой территорию. В эту систему могут входить следующие элементы: логотип, шрифты, цвета, элементы оформления, форменный лозунг [Визгалов 6: 43 – 49].

В данном случае элементы бренда расположены в порядке их значимости, поэтому нельзя разработать дизайн, не описав идею и не разработав ценности.

Ошибка номер 2. Навязывание бренда местным жителям.

Местные жители являются носителями бренда, они создают идентичность места, поэтому принятие идеи бренда становится ключевой задачей на этапе его разработки. И вот здесь надо чётко понять, что, с одной стороны, бренд должны разрабатывать эксперты, но если эти эксперты не будут вовлекать в процесс широкие массы, то принять

бренд жителям будет очень сложно, а зачастую практически невозможно. У каждого жителя есть своё собственное представление о территории, есть свои ассоциации, которые формировались долгие годы, поэтому навязать что-то другое просто не получится. Вовлекая жителей в процесс, мы узнаём, как они представляют свой город или регион, что он для них значит. Именно «вокруг этого» надо строить основную идею.

Кроме того, вовлечение жителей в процесс снижает уровень недоверия и скептицизма в отношении процесса брендинга (многие жители уверены, что это просто очередная расходная статья бюджета, которая не принесёт никакой пользы для территории) и повышает процент принятия нового бренда.

Однако не стоит забывать, что в России нет большого количества агентств, которые могли бы помочь при разработке действительно грамотного территориального бренда, который бы создал нужный образ региона или города у целевой аудитории и при этом был бы воспринят местными жителями. Понимая это, администрация территории просто обращается к местным жителям для разработки дизайна, устраивая многочисленные конкурсы логотипов, которые проходят по всей России. В результате получают логотипы, которые не отражают идею территории, а несут в себе лишь некоторые ассоциации конкретного жителя, который разработал логотип. При этом из виду упускаются другие элементы дизайна бренда, упомянутые ранее. Выбранный логотип размещается на стандартной безликой сувенирной продукции, такой как кружки, футболки и ручки, и считается что бренд разработан. В результате ни профессиональные дизайнеры, ни местные жители не воспринимают логотип и через некоторое время он просто забывается, оставаясь только на бумаге.

Стоит рассмотреть интересный пример вовлечения местных жителей в процесс разработки бренд города Дубрянска. Вовлечение происходило сразу по нескольким каналам: городские еженедельные газеты, сайт администрации города, группы в социальных сетях, насчитывающие максимальное количество подписчиков, рассылки по электронной почте. Опросы на улицах города. Параллельно с эти проводились городские конкурсы идей и концепций. Результатом столь кропотливой работы явилась чётко выстроенная модель восприятия города, которая легко была воспринята местными жителями [Дубейковский 2].

Ошибка номер 3. Игнорирование этапа маркетинговых исследований.

Проведение исследований и анализ ситуации — это важный этап, в процессе которого происходит оценка всех сторон территории, как сильных, так и слабых. Только после проведения этого этапа можно выделить преимущества региона и особенности территории. Этим пунктом частенько пренебрегают, в ходе чего отрицательные стороны не выправляются, а анализ и планы не включают в себя негативные стороны. Очень часто проводится не всесторонний анализ, затрагивающий все основные отрасли региона, а анализ отдельных отраслей, что приводит к отсутствию целой и ясной картины текущей ситуации.

Зачастую проблемы социальной сферы не связывают с туристической сферой, аргументируя это тем, что жители и туристы — это разные целевые аудитории. Однако как можно развивать туристический бренд, если носители этого бренда, которыми являются местные жители, несут в себе негатив и неудовлетворенность, связанную с проживанием на данной территории.

Положительным примером грамотного подхода к брендингу, начинающегося с крупномасштабных маркетинговых исследований может считаться проект «Имиджевая символика города Мурманска», ставший победителем первой национальной премии в области территориального маркетинга и брендинга в номинации «Лучший бренд города». Разрабатывала бренд города и программу его развития группа компаний Stas Marketing.

Специалисты, разрабатывающие бренд, провели полномасштабные исследования целевых рынков, несколько десятков экспертных интервью, социологические опросы жителей города и других Регионов России, выявив экономические, социальные и культурные драйверы развития города Мурманска. Это позволило определить основные устойчивые представления о городе, на базе которых и происходила дальнейшая разработка. Полученный результат оценили не только специалисты, но и простые жители [Проекты].

Ошибка номер 4. Отсутствие бренда в стратегии социально-экономического развития территории.

В рамках данной работы был проведен анализ официальных сайтов 36 крупнейших городов России [Страны-города.рф]. В ходе анализа изучалось наличие у города бренда, логотипа, фирменного стиля и маркетинговой стратегии развития города.

В результате анализа можно сделать вывод, что более половины городов задумывались о создании бренда, что отражено в стратегии социально-экономического развития, где можно найти немногочисленные упоминания о бренде, или в уже разработанных элементах фирменного стиля, которые существуют сами по себе и не являются частью стратегии развития бренда. Однако мало кто

проводил к решению данного вопроса системно, привлекая специалистов и проводя первичные маркетинговые исследования. В результате можно сделать вывод что данный процесс носит поверхностный характер.

Ошибка номер 5. Обезличивание бренда.

Сам по себе логотип территории ничего не несёт, красивая картинка — это всего лишь картинка. К тому же не всегда картинка даёт чёткое понимание, логотип какой территории перед вами. Логотипы всё чаще и чаще не отражают уникальность территории, они могут легко меняться между собой, представляя разные территории, и в большинстве случаев, к сожалению, мы даже этого не заметим.

Очень многие города России выбрали себе слоган «город возможностей». В Череповце за данный вариант проголосовало только 4% жителей, зато он идеально вписался в стратегию социально-экономического развития. В результате сейчас бренд больше напоминает бренд стратегии, а не Череповца. Формулировка «город возможностей» не отражает уникальности муниципального образования.

Несмотря на то, что ещё в далёком 2012 году была опубликована статья о том, что многие российские и зарубежные города используют обезличенный слоган «Город возможностей», который не несёт никаких ассоциаций с территорией. Приводились примеры: «Омская область — территория возможностей», «Кемерово — территория возможностей», «Днепропетровск — город твоих возможностей», «Череповец — город возможностей. Специалисты в области брендинга активно критиковали эти безликие, ничего не несущие в себе слоганы [Дубейковский 3]. Но несмотря на это и в 2018 году мы опять встречаем знакомый слоган «Новосибирск город безграничных возможностей» [Агентство развития социальной политики города Новосибирска].

Ошибка номер 6. Отсутствие системы управления.

После разработки обязательно должна быть создана система управления брендом, его нужно постоянно поддерживать и продвигать. Управление во многом сводится к выстраиванию выгодных для города взаимоотношений между пользователями бренда и управляющим. С точки зрения корпоративного брендинга, как правило, этим занимается бренд-менеджер. В случае же с брендом территории, эта функция возлагается на кого-либо из администрации, причём не всегда компетентного. Чиновники, к сожалению, не понимают, что разработанный бренд таковым не является, он только может и должен им стать в процессе его поддержания и продвижения. С этой точки зрения, разработку можно рассматривать как предварительный этап создания бренда.

Для решения поставленной задачи необходимо найти человека, способного в рамках развития территориального бренда обеспечивать следующее:

- доносить через все возможные каналы те ценности, которые были заложены в бренд;
- работать со СМИ, развивать всевозможные собственные каналы коммуникации (группы в социальных сетях, сайт, страница в Википедии и т. п.);
- контролировать соблюдение правил использования фирменного стиля;
- содействовать организации и продвижению событий и проектов, связанных с брендом.

Как и в корпорациях можно выделить в администрации должность бренд-менеджера, который будет отвечать за соблюдение концептуальной части бренда. В зависимости от масштаба территории брендом может управлять как один бренд-менеджер, так и целая команда, например, подразделение в администрации муниципального

образования, некоммерческая организация или частная компания.

Положительным примером можно считать бренд Добрянского городского поселения. Был разработан не просто бренд «Добрянка — столица доброты», но и собрана целая команда, занимающаяся управлением брендом — бренд-совет [Добрянское городское поселение].

Несмотря на все проблемы и трудности, описанные выше, на сегодняшний день в России можно найти туристические бренды, которые разработаны грамотно, с привлечением экспертов в этой области и вовлечением местных жителей в этот сложный многоступенчатый процесс. Есть примеры визуализации, которые привлекают к себе внимание и подчёркивают ассоциативную связь с территорией.

Хочется отметить, что тенденции развития территориального брендинга в России в целом положительные. Конечно, по сравнению с другими странами Россия пока немного отстаёт, но появление успешно разработанных туристических брендов даёт основание полагать, что данный процесс будет только развиваться и улучшаться. При этом надо понимать, что способствовать этому может и должна поддержка со стороны государства.

Литература

1. Агентство развития социальной политики города Новосибирска // Сайт агентства. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://городвозможностей.рф>. Дата обращения: 01.06.2018.

2. Дубейковский В. В России появилась столица доброты // Блог агентства CityBranding. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://citybranding.ru/v-rossii-poyavilas-stolitsa-dobrotы/>. Дата обращения: 17.05.2018.

3. Дубейковский В. Слоган «город возможностей». Некролог // Блог агентства CityBranding. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://citybranding.ru/slogan-gorod-vozmozhnostey-nekrolog>. Дата обращения: 01.06.2018.

4. Визгалов Д. Маркетинг города // М.: Фонд «Институт экономики города», 2008.

5. Визгалов Д. Бренддинг города // М.: Фонд «Институт экономики города», 2011.

6. Визгалов Д. Пусть города живут / Сост. Михаил Губергриц, Надежда Замятина, Михаил Ледовский // М.: «Сектор», 2015.

7. Добрянское городское поселение // Официальный сайт. [Электронный ресурс] Режим доступа: http://dobryanka-city.ru/О_Dobranke/podvedeny_itogi_pervogo_etapa_razrabotki_brenda_goroda_dobranki/. Дата обращения: 04.06.2018.

8. Котлер Ф., Асплунд К., Рейн И., Хайлер Д. Маркетинг мест: привлечение инвестиций, предприятий, жителей и туристов в города, коммуны, регионы и страны Европы // Спб.: Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2005.

9. Панкрухин А.П. Маркетинг территорий // СПб.: Изд-во «Питер», 2006.

10. Проекты. Разработка бренда города Мурманска и программы его развития до 2016 года // Материал с сайта группы компаний Stas Marketing. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://stasmarketing.ru/project/разработка-бренда-города-мурманска-и-программы-его-развития-до-2016-года>. Дата обращения: 20.05.2018.

11. Страны-города.рф. Информационный сайт о населении городов России и мира. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.statdata.ru/goroda-millionniki-rossii-po-naseleniu>. Дата обращения: 10.05.2018.

MARIA ZAKHAROVA

Mistakes in the development of Russian territorial brands

Abstract: Territorial branding long has been formed as a separate direction, which is not only described in theory, but also actively used in practice. However, many domestic economists still believe that all this is far-fetched, and does not bear any benefit for the territory. And even successful foreign examples do not convince them. On the one hand, there is a holistic theory that has existed for more than twenty years, on the other – a huge amount of money that is spent on the implementation of branding projects in Russia, but do not bring anything. There are a lot of questions whether these projects can be attributed to branding? And why did the administration of Russian cities and regions often use this process? In this article, the author describes the most common mistakes of Russian territorial branding, often not giving us the opportunity even to call the ongoing process a branding.

Key words: brand, territory, local citizens, logo, positioning, promotion, socio-economic development.

Literature:

1. Agentstvo razvitiya sotsial'noy politiki goroda Novosibirska // Sayt agentstva. [Elektronnyy resurs] Rezhim dostupa: <http://gorodvozmozhnostey.rf>. Data obrashcheniya: 01.06.2018.

2. V. Dubeykovskiy. V Rossii poyavilas' stolitsa dobroty // Blog agentstva CityBranding. [Elektronnyy resurs] Rezhim dostupa: <http://citybranding.ru/v-rossii-poyavilas-stolitsa-dobrotyi/>. Data obrashcheniya: 17.05.2018.

3. V. Dubeykovskiy. Slogan «gorod vozmozhnostey». Nekrolog // Blog agentstva CityBranding. [Elektronnyy resurs] Rezhim dostupa: <http://citybranding.ru/slogan-gorod-vozmozhnostey-nekrolog>. Data obrashcheniya: 01.06.2018.
4. D. Vizgalov Marketing goroda // M.: Fond «Institut ekonomiki goroda», 2008.
5. D. Vizgalov Brending goroda // M.: Fond «Institut ekonomiki goroda», 2011.
6. D. Vizgalov: pust' goroda zhivut / Sost. Mikhail Gubergrits, Nadezhda Zamyatina, Mikhail Ledovskiy // M.: «Sektor», 2015.
7. Dobryanskoye gorodskoye poseleniye // Ofitsial'nyy sayt. [Elektronnyy resurs] Rezhim dostupa: http://dobryankacity.ru/O_Dobranke/podvedeny_itogi_pervogo_etapa_razrabotki_brenda_goroda_dobranki/ Data obrashcheniya: 04.06.2018.
8. Kotler F., Asplunl K., Reyn I., Khayler D. Marketing mest: privilecheniye investitsiy, predpriyatiy, zhiteley i turistov v goroda, kommuny, regiony i strany Yevropy // Spb.: Stokgol'mskaya shkola ekonomiki v Sankt-Peterburge, 2005.
9. Pankrukhin A. P. Marketing territoriy // SPb.: Izd-vo «Piter», 2006.
10. Proyekt. Razrabotka brenda goroda Murmanska i programmy yego razvitiya do 2016 goda // Material s sayta gruppy kompaniy Stas Marketing. [Elektronnyy resurs] Rezhim dostupa: <http://stasmarketing.ru/project/razrabotka-brenda-goroda-murmanska-i-programmy-yego-razvitiya-do-2016-goda>. Data obrashcheniya: 20.05.2018.
11. Strany-goroda.rf. Informatsionnyy sayt o naselenii gorodov Rossii i mira. [Elektronnyy resurs] Rezhim dostupa: <http://www.statdata.ru/goroda-millionniki-rossii-po-naseleniu>. Data obrashcheniya: 10.05.2018.

Адрес электронной почты автора: mariaza@inbox.ru

АННА ГРЯЗНОВА

Россия, Московский педагогический государственный университет

Языковые средства достижения эффекта правдоподобия в прозе русского фэнтези

В статье, посвященной лингвопоэтическому анализу текстов русского и русскоязычного фэнтези, развивается идея Б. Стругацкого о том, что любое фантастическое произведение строится по модели «Чудо – Тайна – Достоверность». В фэнтези категория «Достоверность (Правдоподобие)» трансформируется в «Убедительность», которая репрезентируется путем использования ряда лингвистических средств, преимущественно языковых аномалий, выбор которых определяется субжанровой разновидностью произведения. Так, в неомифологическом фэнтези Г. Л. Олди и М. Успенского используются морфологические, словообразовательные, лексические и фразеологические аномалии, а в стимпанке А. Пехова – синестезия, в паропанке А. Беянина – стилизация, главным средством вербализации которой служат языковые стереотипы.

Ключевые слова: жанр фэнтези; художественная картина мира; языковые трансформации; морфологические аномалии.

Характеризуя отличительные особенности стиля интеллектуальной фантастики (ИФ), писатель и литературный критик Д. Володихин отмечает отказ ее авторов от «гладкописи»: «...для ИФ характерны поиски «собственного языка», эксперименты с языком, любовь к филологической сложности» [Володихин 2007: 5]. Фантастика квалифицируется им широко, как родовое понятие: «... речь идет в данном случае не только о творцах космических боевиков и славяно-киевской фэнтези, но и о «хардкоре», «твердом ядре» фантастики» [там же].

Нам представляется, что этот процесс обусловлен не только поиском собственного стиля, но и стремлением писателей языковыми средствами создать убедительную художественную картину мира, которая заставит читателя поверить в возможность существования фантастической реальности, иной в сравнении с привычной, условно реалистической. Это приводит к тому, что принцип организации фантастических текстов, подчиняющийся единой модели, которая, по мнению Б.Н. Стругацкого [Нехорошев 2008], включает в себя включает в себя три взаимосвязанных друг с другом компонента: чудо, тайна, достоверность (правдоподобие), в субжанрах этого литературного направления трансформируется, сохраняя при этом свой концептуальный статус и тем самым активно участвуя в формировании нереалистической картины мира. Таким образом, исследовательский потенциал концептов «чудо», «тайна», «достоверность (правдоподобие)» заключается в том, что, исследуя их модификации в различных субжанрах фантастики, можно довольно убедительно охарактеризовать различия между их стилями. Наблюдения над характером модификаций могут производиться как с литературоведческих, так и лингвистических позиций.

В данной статье представлен лингвопоэтический анализ языковых элементов фэнтезийной прозы, служащих средством достижения эффекта правдоподобия изображаемого мира.

Закономерности трансформаций стандартизованного языка в этом литературном направлении обусловлены общими принципами организации его художественной картины мира, которые можно понять, проанализировав определения жанра. В литературоведении жанр фэнтези имеет несколько дефиниций, наиболее убедительными из которых представляются две:

1. «поджанр фантастики, основой которого является повествование о вымышленном мире, в котором чудо является реальным, а мировой базис больше идеалистичен, чем рационален, и больше религиозен (чудесен, магичен), чем физичен» [Карелин 2003:13]. В этом определении магия квалифицируется как основополагающий закон изображаемого мира, что приводит к трансформации первого компонента формулы Б. Н. Стругацкого: «Чудо» → «Магия» (религиозная/философская система). Направление модификации обусловлено субжанром фэнтези: неомифологическим, героическим, меча и магии, эпическим, славянским, комическим, игровым, городским, подростковым и др.

2. «жанр, в основе которого лежит «либо переработанная каноническая система мифов, либо оригинальная авторская мифологическая концепция, важнейший признак которой — создание вторичного мира (целостной картины мира и человека, где человек — микрокосм в системе макрокосма» [Мещерякова 1998:12]. Целостная неомифологическая картина мира предполагает создание языка, отличающегося от стандартизованного, декодирование которого — задача читателя. Таким образом, концепт

«Тайна» трансформируется в концепт «Загадка», предполагающий расшифровку непривычного языкового кода.

Концепт «Убедительность», который выступает в фэнтези альтернативной концепта «Достоверность (Правдоподобие) », вербализируется авторами с опорой на постулат многомирия, принадлежащий к числу конститутивных признаков этого литературного направления. В фэнтези признается сосуществование параллельных миров, которые называются «отражениями», поскольку отдельными деталями повторяют друг друга, а также реальную, нефантастическую действительность. К числу средств создания фэнтезийной картины мира принадлежат языковые элементы, категории, процессы, которые, попадая под влияние иных в сравнении с языковыми нормами концептуальных установок, участвуют в создании системных связей объектов фэнтезийного мироустройства, построенных не на научной, а на «магической» основе.

Убедительность создаваемой картины («отражения») фэнтезийного мира достигается в рамках литературного направления с помощью комплексной реализации принципов использования языковых средств:

I. опоры на нормы стандартизованного языка, которые целенаправленно нарушаются путем добавления языковых элементов, противоречащих кодификации, т. е. языковых аномалий. Языковая аномалия в фэнтези всегда является нарушением какой-либо основополагающей языковой нормы, не допускающей вариативности, — фонетической, словообразовательной, лексической, грамматической, стилистической.

Так, например, грамматической нормой русского языка является такое построение предложения, при котором все его члены морфологически и синтаксически приспособлены друг к другу, в результате чего могут употребляться не

только в прямом, но и в инверсированном порядке. Таким способом показывается соотнесенность содержания высказывания с внеязыковой действительностью. В фэнтези, где действительность магична, правило согласования членов предложения может нарушаться с целью достижения убедительности изображаемых событий и переживаний героев.

Пример этого наблюдается в игровом фэнтези К. Баштовой и В. Ивановой «Тяжело быть младшим». Компоненты предложения используются авторами в начальной грамматической форме и графически оформляются не с помощью пробелов, а с помощью дефиса. Аномалия использована авторами для изображения двух параллельных мыслительных процессов, сосуществующих в сознании темного принца Дирана во время его метаморфного преобразования: «Мысли были отрывочны. Да и если честно, это были не совсем мысли. Фиолетовый-враг-убить! Чужой-опасность-убрать! Враги-много – хорошо-сила! Всех-рвать-когти-смерть! Магия-умею-хорошо-враг-много. Бой-бой-бой!...» [Баштовая 2007]. Отрывок состоит из двух частей. Первая, метатекстуальная, отражает рефлектирующее сознание человеческой ипостаси героя. Вторая часть, построенная с нарушением принципа отдельности синтаксических элементов фразы и грамматической их оформленности, отражает специфику сознания зооморфной ипостаси Черного Властелина. Отрывок призван показать, что в экстремальной ситуации характер мыслей персонажа обнажает его внутреннюю сущность, которая в приведенном примере передается посредством нарушения грамматической нормы и нормативной раздельнооформленности лексем.

На лексическом уровне текстов фэнтези с этой целью используется прием синестезии, квалифицируемой

в психологии как «нейрофизиологическое состояние, при котором раздражение одной сенсорной или когнитивной системы приводит к автоматическому, непроизвольному ощущению другой сенсорной или когнитивной системы». Синестезия является нарушением привычного способа познания мира, опирающегося на последовательное использование когнитивных систем. В лингвопоэтике синестезия используется как прием, построенный на аномальной синтагматике языковых единиц, внешне напоминая оксюморон, что служит маркером изменений в когнитивном процессе, базирующемся на комплексной сенсорной основе и, как следствие, меняющейся под его влиянием картины мира. Наиболее активно этот прием применяется такими авторами, как Г. Л. Олди, А. Пехов, В. Е. Иванова.

Во фрагменте из неомифологического фэнтези А. Пехова, Е. Бычковой и Н. Турчаниновой «Ловушка для духа» синестема формируется в результате взаимодействия элементов таких семантических групп, как «Восприятие», «Ощущение», «Желание», «Эмоция»: «Сагюнаро только сейчас почувствовал всплеск чужой голодной радости, прыгнул вперед и нос к носу столкнулся с одной из двух голов хоне-те» [Пехов 2014]. Герой, подвергшийся нападению враждебной сущности, начинает превращаться в ее подобие, приобретая нехарактерные для человека особенности мировосприятия.

II. Убедительность событий, изображаемых в фэнтези, достигается и связью языковой аномалии, используемой в тексте, с какой-либо закономерностью построения фэнтезийной картины мира, выступающей альтернативой привычному мироустройству.

(1) Наиболее заметны подобные аномалии в организации системы собственных имен. В русском языке связь между названием страны и номинацией ее населения

передается словообразовательными средствами, в частности добавлением суффикса *-ij-* к основе, называющей титульную национальность, ср.: Россия — этимологически «страна россов», Англия — «страна, население которой составляют англосаксы, Франция — страна, населенная франками. В романах М. Г. Успенского «Кого за смертью посылать», «Белый хрен в конопляном поле», «Невинная девушка с мешком золота» эти топонимы заменяются названиями Многоборье (за многими борами — изменение кодифицированных внутренней формы и семантики слова) или Еруслания (от имени героя былин «Еруслан Лазаревич»); Наглия (метатеза приводит к развитию у топонима, внутренней формы, которая ранее в стандартизованном языке почти не ощущалась, или Стрижания (изменение внутренней формы с опорой на созвучие и фразеологизм «ты ему стрижено, а он тебе — брито», Бонжурия (страна, в языке которой используется слово «бонжур»; замена внутренней формы).

(2) Ряд существительных в стандартизованном языке используются лишь в форме единственного числа: речь идет о единичных названиях магических артефактов, именах мифологических существ и литературных героев, которые в обыденной картине мира функционируют как элементы сказочной, вымышленной реальности: ковер-самолет, яблочко на золотой тарелочке, вещее зеркальце, Золушка, Ихтиандр и др. Использование существительных *singularia tantum* в форме множественного числа приводит к тому, что именуемые ими явления в условиях фэнтезийного контекста переходят из разряда чудесных в разряд обыденных. Чудесное в фэнтези настолько привычно, что нередко становится объектом инвентаризации и учета, как, например, в комической трилогии И. Подгурского и Д. Романовского («Иду на «ты»»; «На суше и на море»; «Они

сражались за реальности»): «АКТ приема-передачи арсенала и техсредств. Пушка-самопал — 2 штуки. Пулемет «максим» — 1 штука. Наган-самовзвод — 54 штуки. Мечи-кладенцы — 18 штук.... Змей-горыныч — 3 пасти, 1 штука. ...Яблочки на блюдечке (8 блюдечек, 7 с половиной яблочек. Свет-зеркальца «Мачеха» походные — 1 штука. Свет-зеркальца «Трюмо» штабные — 3 штуки. Скатерть-самобранка — 3 и 3 четвертинки» [Подгурский 2006].

Аналогичным образом в городском фэнтези Н. Некрасовой и Е. Кинн «Самое тихое время города» объектом сходных преобразований становится топоним (одним из центральных образов романа выступает многомерная, многомировая Москва, в рамках которой под одним и тем же именем параллельно существуют несколько столиц): «Однако повезло нам. Эта хрень (Вавилонская башня- А.Г.) только в трех Москвах торчит. Другое дело, насколько она проросла по всей Москве» [Некрасова 2008]. Следствием применения приема становится создание образа гипертрофированно-сказочной и подчеркнуто фантастической реальности, которая граничит с привычным мироустройством.

В фэнтезийных текстах, где превалирует принцип магичности, переход наименований волшебных артефактов и прецедентных имен из семантического поля «Чудо» в лексическую парадигму «Обыденное» призван убедить читателей в вероятности существования «отражений», где магия никого не удивляет.

III. Объединение аномалий в систему, которая, с одной стороны, отражает особенности вымышленной вторичной реальности, а с другой выглядит логичной и непротиворечивый в рамках данного «отражения», усиливает убедительность изображаемой в фэнтези вторичной художественной реальности. Наиболее заметными для читателя

являются случаи аномальной реализации фундаментальных языковых категорий, не допускающих в стандартизованном языке вариативности.

Магичность мира может подчеркиваться посредством нарушения лингвистических правил выбора грамматической формы рода (мужского или женского) при автономии персонажа. Луку Радищева, главного героя романа «Невинная девушка с мешком золота», ведьма Лукреция Борджиа превращает в девушку, что не противоречит законам магического мира. В результате морфологической доминантой образа становится родовое рассогласование, проявляющееся в репликах самого персонажа, а затем других героев и повествователя: «- И в самом деле, — сказал Радищев. Посреди дороги деревьев не бывает, а я уже раза два чуть на сучок не напоролся, да прямо глазиком! Хорош тогда был бы я красавца — вроде Джона Сильвера!»; «- Какая ты хозяйственная, душа моя Радищев!» — сказал Тиритомба» [Успенский 2005].

В разряд языковых средств, отражающих смену самоидентификации фэнтезийного персонажа, входит употребление форм числа местоимений. Традиционно в ситуации автономии эту функцию выполняют местоимение первого лица единственного числа «я» или первого лица множественного числа «мы». В фэнтезийной прозе частотны случаи смены этих форм: с точки зрения стандартизованного языка они абсолютно необоснованны, но совершенно логичны в рамках фэнтезийной картины мира. Как правило, этот прием используется для создания образа Змея Горыныча, который, имея три головы, обладает единой сущностью. В русских народных сказках единство образа подчеркивается с помощью личного местоимения 1 лица единственного числа. В комическом фэнтези [Краснов 2005; Мусаниф 2005; Синельников 2005], напротив,

актуализируется контраст внешнего вида и сущности героя: «-Надо было этих богатырей совсем грохнуть, — мстительно сказала правая голова. — взяли моду дубинами махать. Я так думаю/ — Твое место крайнее, — оборвала средняя. — Я центровая, я и думать буду. Кто не согласен, тому шею во сне перекушу. Ясно? / — Ясно, — нехотя сказала правая. / — А тебе? — Средняя повернулась к левой. / — И мне ясно/ — Спасибо за внимание, — умиротворяющее кивнула средняя. — С точки зрения выживания меня как вида мы поступили правильно» [Мусаниф 2005]. В приведенном примере использование местоимения «я» резко сменяется употреблением «мы», что создает комический эффект, основанный на нарушении максимы качества высказывания, что проявляется в избыточном объеме информации, необходимой для эффективной коммуникации.

Категория одушевленности у существительных также является неизменяемым грамматическим признаком. Олицетворение, нарушающее это правило, становясь текстообразующим фактором, формирует категорию одушевленности у тех существительных, которые в стандартизованном языке ею не обладают. Обилие олицетворений в тексте приводит к формированию неомифологической картины мира, где неодушевленные предметы персонажируются и становятся полноправными действующими лицами. Этот прием особенно заметен в романе «Путь меча» украинских фантастов Д. Громова и О. Ладыженского, пишущих под псевдонимом Г. Л. Олди. В их романе изображена раса разумного оружия, которая носит имя «Блистающие», у нее есть свой язык, в котором владельцы оружия именуются «Придатками»; этикет, в соответствии с которым поединок называется «Беседой»: «Чужой Блистающий еле заметно лизнул тончайшую ткань падающего платка, и из одной бабочки стало две, а я одобрительно

качнулся и вспомнил о том, что рожденные в жаркой Харзе — полтора караванных перехода от Кабира — испокон веков гордятся своим происхождением от языка Рудного Полоза. И мне стало тесно в одежде — будничных кожаных ножнах, схваченных семью плетеными кольцами из старой бронзы. Я скользнул наружу, с радостью окунувшись в кабирские сумерки, — и вовремя. Придаток харзийца уже приседал, пружиня на вросших в землю ногах, и мне пришлось изо всех сил рвануть руку своего Придатка вверх и наискосок вправо, потому что иначе заезжий Блистающий запросто сумел бы смахнуть верхушку тюрбана моего Придатка, что по Закону Беседы означало бы мое поражение» [Олди 2003]. В мире Кабира мечи (Блистающие) одушевлены, как и их Придатки (люди). Эффект олицетворения в этом произведении усиливается тем, что на базе тропа формируются макрообразы, функционирующие на композиционном уровне текста.

Перечисленные средства достижения убедительности являются стилеобразующими в фэнтези, и их анализ способствует решению вопроса о границах литературного направления. Это особенно важно в свете того, что в последнее время увеличилось число фантастических произведений, написанных в жанре стимпанка (паропанка), представляющего собой «подвид фантастики, действие которого происходит в мире, где главенствуют технологии паровых машин, заменивших электронику. Классические вселенные стимпанка стилизуются авторами под Америку или Европу (прежде всего Англию) второй половины 19 века, эпоху раннего капитализма с характерным фабрично-городским пейзажем и резким социальным раслоением» [Попов 2006: 84]. К числу произведений этого рода относятся романы А. Беянина «Мой учитель Лис»

и А. Пехова, Е. Бычковой, Н. Турчаниновой «Созерцатель», «Тень ингиениума».

Рассуждая о жанровом статусе романа «Созерцатель», А. Пехов замечает: «Я не провожу разделяющую черту между фэнтези и стимпанком. Стимпанк это однозначно фэнтези. Как и в фэнтези, кроме классического, эпического, вампирского, приключенческого, темного и даже космического вполне есть место и для стимпанка, дизельпанка и прочего. Фэнтези многообразное явление и не стоит вгонять его в определенные рамки. Скорее наоборот — их следует расширять» [Денисов 2006]. Однако анализ языковых средств достижения **убедительности** свидетельствует о том, что проблема носит дискуссионный характер: из всех перечисленных средств репрезентации данного концепта в стимпанке присутствует только синестезия, причем лишь в произведениях А. Пехова, из чего можно сделать вывод о идиостилистической природе приема в его творчестве. Например, в стимпанке «Созерцатель» главный герой Итан Шелби в результате участия в научном эксперименте приобретает сверхъестественные способности, а вместе с ними и синестетическое мировосприятие: «Я прошел по темному коридору в парадную и кивнул Джейкобу, вечно сонному консьержу в мятном с ванилью мундире. Я сказал — в мятном с ванилью? Да. Со мной такое случается. Иногда в голове полный бардак, и в такие моменты цвета я воспринимаю как вкусы, а вкусы — как цвета» [Пехов 2014]. Конструкции типа «тетрадь с обложкой вкуса шпината», «спаниель вкуса шоколада» и др. синестемы, относящиеся к густаторно-визуальной группе, служат художественной доминантой его образа.

Гораздо чаще средством достижения убедительности в стимпанке служит стилизация, имитирующая язык русских переводов английской прозы конца 19 — начала

20 вв. Убедительность повествования в этом случае создается с помощью интертекстуальных вкраплений, прецедентных феноменов, лингвистических стереотипов и речевых клише, перифраз, сформировавшихся в сознании русского читателя под влиянием переводов английской литературы. Приведем отдельные примеры из романа «Мой учитель Лис» [Беянин 2018]:

(1) веллеризм, представляющий собой разновидность паремий, обладает английской национально-культурной спецификой, уже в силу того, что получил свое название от имени Сэмюэля Уэллера, героя «Посмертных записок Пиквикского клуба». В произведении Беянина он приобретает следующий вид: «Ну что ж, как говорит наш учитель словесности «все сказки когда-либмо заканчиваются, и поэтому Кристофер Марло будет вечно мертв, а Шекспир жив» (одно время К. Марло приписывалось создание пьес, автором которых является У. Шекспир);

(2) прецедентные имена, к числу которых принадлежит имя главного героя — Эдмунда Алистера Кроули (ср.: Эдвард Александр Кроули (1875–1947) — английский оккультист, известный современникам как черный маг). В роли других прецедентных имен в произведении используются фамилии известных английских литераторов: «...говорить она тоже умела, изливая свои мысли так, словно бы собиралась затмить славу сестер Бронте»;

прецедентные высказывания: например, цитата из русского перевода неофициального гимна Британии «Правь, Британия, морями!»; трансформированные цитаты: «Бойтесь выходить к свиньям после заката солнца, когда силы Зла действуют безнаказанно, а прошлые грехи тянут вас на вилах в смрадный омут, на дно самой преисподней» (ср. рассказ А. Конан Дозла «Собака Баскервиль» в переводе Н. Волжиной: «заклинаю: остерегайтесь

выходить на болото в ночное время, когда силы зла властвуют безраздельно»);

(3) прецедентные тексты: «практически Ромео и Джульетта из Поркхауза»;

(4) этикетные формулы сложной структуры, отвечающие требованиям вежливости, характерным для Викторианской эпохи: «Если мне будет позволено задать вопрос, я хотел бы спросить, какие обязанности лягут на мои плечи в вашем доме?»; «Дворецкий проводит вас, джентльмены»;

(5) перифразы: «сидеть с арфой на небесах» (быть убитым); дочь Шотландских пустошей (о клиентке, приехавшей из Шотландии);

(6) клише: «старая добрая Англия», «пейзажи родной Англии», «жертва страшных преступлений», «ранил меня в самое сердце», «пылкое юношеское сердце».

Эти языковые средства должны сформировать у читателя убеждение, что все описываемые в событиях достоверны несмотря на то, что одним из главных героев является лис Ренар, представитель «близких к природе» человекоподобных животных, появившихся «после свечения в небесах кометы 1812 года».

Такими образом, «сбрасывая покров обыденности, *fantasy* стремится представить вымышленную реальность как истинную, измененный порядок вещей — как подлинный облик бытия» [Ковтун 2008: 99]. Однако эта же закономерность характерна и для других жанров фантастики, изучая языковые средства достижения убедительности которых можно лучше представить себе конститутивные признаки жаров и понять, где проходят границы между ними.

Литература

1. Баштговая К., Иванова В. Тяжело быть младшим. М., 2007.
2. Белянин А. Мой учитель Лис: Фантастический роман. — М.: «Издательство Альфа-Книга», 2018.
3. Володихин Д. Интеллектуальная фантастика. М., ИПО, 2007.
4. Денисов Д. «Созерцатель» это совершенно новая вселенная». Интервью с Алексеем Пеховым. 12 Jul. 2016. [ftp http://pehov.info/interview.php?subaction=showfull&id=1468368011&archive=&start_from=&ucat=5](http://pehov.info/interview.php?subaction=showfull&id=1468368011&archive=&start_from=&ucat=5) (24.05.2018).
5. Карелин А. Фэнтези, которого мы не знаем: истоки жанра // Мир Фантастики, № 2; октябрь 2003.
6. Ковтун Е. Н. Художественный вымысел в литературе XX века. М.: Высшая школа, 2008.
7. Краснов А. Белый пилигрим. М., 2005.
8. Мусаниф С. Древнее китайское проклятие М., 2005.
9. Некрасова Н. Кинн Е. Самое тихое время города. М., 2008.
10. Нехорошев М. Чудо — тайна — достоверность. К 75-летию Бориса Натановича Стругацкого. 14 May 2008. <ftp http://www.idelo.ru/506/1.html> (24 May 2018).
11. Олди Генри Лайон. Кабирский цикл. М.: Эксмо, 2003.
12. Русская фантастика XX в. В именах и лицах: справочник / под ред. М. И. Мещеряковой. — М.: Мегатрон, 1998.
13. Попов М., Невский Б. Очарованные паром. — Журнал «Мир Фантастики». — М., № 3(31); март 2006. — С. 84 — 92.
14. Пехов А. Ю., Бычкова Е. А., Турчанинова Н. В. Ловушка для духа: Фантастический роман. — М.: «Издательство АЛЬФА-КНИГА», 2014.
15. Пехов А. Ю., Бычкова Е. А., Турчанинова Н. В. Созерцатель: Фантастический роман. — М.: «Издательство АЛЬФА-КНИГА», 2014.

16. Подгурский И., Романтовский Д. Иду на «ты». М., 2006.

17. Психология. НЭС. «Глоссарий. Психологические термины и определения DSM-5 American psychiatric association.» (18 May 2013) telnet <http://vocabulary.ru/slovari/glossarii-psihologicheskie-terminy-i-opredelenija-dsm-5-american-psychiatric-association.html> login as anon, go scc, press 224.05.2018.

18. Синельников В. На острие иглы. М., 2005.

19. Успенский М.Г. Невинная девушка с мешком золота. М., 2005.

ANNA GRYZANOVA

Language Means of Achievement of Credibility Effect in the Prose of Russian Fantasy

Summary: The idea of B. Strugatsky that any fantastic work is built on the model of "Miracle-Mystery-Convergence" is developed in the article that devoted to linguopoetic analysis of the texts of Russian fantasy and fantasy in Russian. In fantasy the «credibility» category is transformed into «conviction», which is represented by the use of a number of linguistic means as mainly linguistic anomalies, its choice is determined by the sub-genre variety of the work. So the neomythological fantasy by G. L. Oldi and M. Uspensky uses morphological, derivational, lexical and phraseological anomalies, and synaesthesia is in A. Pekhov's steampunk, stylization that is verbalized by mainly language stereotypes is in A. Belyanin's parapank.

Key words: genre of fantasy; the artistic worldview; language transformations; morphological anomalies.

Literatura

1. Bashtovaya K., Ivanova V. Tyazhelo by't' mladshim. M., 2007.
2. Belyanin A. Moj uchitel' Lis: Fantasticheskij roman. — M.: «Izdatel'stvo Al'fa-Kniga», 2018.
3. Volodikhin D. Intellektual'naya fantastika. M., IPO, 2007.
4. Denisov D. «Sozerczatel'» e'to sovershenno novaya vse-lennaya». Interv'yu s Aleksejem Pekhovy'm.» 12 Jul. 2016. ftp http://pehov.info/interview.php?subaction=showfull&id=1468368011&archive=&start_from=&ucat=5& (24.05.2018).
5. Karelin A. Fe'ntezi, kotorogo my' ne znaem: istoki zhan-ra // «Mir Fantastiki», № 2; oktyabr' 2003.
6. Kovtun E.N. Khudozhestvenny'j vy'my'sel v literature XX veka. M.: Vy'sshaya shkola, 2008.
7. Krasnov A. Bely'j pilgrim. M., 2005.
8. Musanif S. Drevnee kitajskoe proklyatie M., 2005.
9. Nekrasova N. Kinn E. Samoe tikhoe vremya goroda. M., 2008.
10. Nekhoroshev M. «Chudo — tajna — dostovernost'. K 75-letiyu Borisa Natanovicha Strugaczskogo.» 14 May 2008. ftp <http://www.idelo.ru/506/1.html> (24 May 2018).
11. Oldi Genri Lajon. Kabirskij cikl. M.: E'ksmo, 2003.
12. Russkaya fantastika XX v. V imenakh i liczakh: spravoch-nik / pod red. M.I. Meshheryakovoj. — M.: Megatron, 1998.
13. Popov M., Nevskij B. Ocharovanny'e parom. — Zhurnal «Mir Fantastiki». — M., № 3(31); mart 2006. — S. 84 — 92.
14. Pehov A. Yu., By'chkova E.A., Turchaninova N.V. Lovushka dlya dukha: Fantasticheskij roman. — M.: «Izdatel'stvo AL'FA-KNIGA», 2014.
15. Pehov A. Yu., By'chkova E.A., Turchaninova N.V. Sozerczatel': Fantasticheskij roman. — M.: «Izdatel'stvo AL'FA-KNIGA», 2014.
16. Podgurskij I., Romantovskij D. Idu na «ty'». M., 2006.

17. Psykhologiya. NE'S. «Glossarij. Psykhologicheskie terminy' i opredeleniya DSM-5 American psykhiatric assotiation.» (18 May 2013) telnet <http://vocabulary.ru/slovari/glossarii-psihologicheskie-terminy-i-opredelenija-dsm-5-american-psyhiatric-assotiation.html> login as anon, go scc, press 224.05.2018.

18. Sinel'nikov V. Na ostrie igly'. M., 2005.

19. Uspenskij M. G. Nevinnaya devushka s meshkom zolota. M., 2005.

Адрес электронной почты автора:

grant09@yandex.ru

КОСМИНИН АНДРЕЙ ВАСИЛЬЕВИЧ

*Общественная организация «Гражданская
преемственность, право на жизнь и достоинство»*

Национальная правда от Войны до начала XXI века

В статье описывается феномен «национальной правды» — растворённого в общественном сознании и кристаллизующегося в ключевых точках представления о событиях прошлого страны и народа, связанного с индивидуальным сознанием личными воспоминаниями и переживаниями, передающимися из поколения в поколение. Также рассматривается влияние на «национальную правду» изменений в общественном и индивидуальном сознании, связанных с развитием информационных технологий, трансформацией информационных потоков, распространением информации через социальные сети.

Ключевые слова: национальная правда, Война, коллективная и индивидуальная память, «прикосновение к ранам», диалог, альтернатива распаду.

Рассуждения о национальной правде в том контексте, в котором нам хотелось бы говорить, заведомо не могут претендовать на научную точность и терминологическую определённую. Это скорее попытка очертить контуры явления, а за тем отметить, как в нём и на нём отражаются перемены, происходящие в последние годы

в информационном пространстве, массовом и индивидуальном сознании.

Вторая мировая война как отправная точка разговора важна, потому что феномен национальной правды проявляется особенно наглядно. Даже сама дата начала Войны — разная. Для нашей страны это 22 июня 1941 года (ровно в четыре часа, Киев бомбили, нам объявили...), для Польши — 1 сентября 1939, для Великобритании в мае 1940 (вышедшие в прошлом году фильмы «Дюнкерк» (режиссёр Кристофер Нолан, 2017) и «Тёмные времена» (режиссёр Джо Райт, 2017) это наглядно демонстрируют).

И место войны в национальном сознании, и представление о ней — тоже разные. У каждого народа — своя Война.

Для Запада Первая и вторая мировая война — это единое целое, при этом акцент смещён на перелом в сознании, который произошёл в ходе и после Первой мировой войны. Главный день Памяти — 11 ноября — день Перемирия.

А в России и на бывшем постсоветском пространстве память о о Первой (империалистической) войне практически отсутствует. Её сразу заслонила революция, Гражданская война, другие события советского периода истории. Первая мировая осталась за чертой, которую провёл в истории государства и памяти людей 1917 год. Поэтому для нас ключевые даты, связанные с Войной — 22 июня и 9 мая.

Дальше скорее надо бы говорить о национальной памяти, идентификации, там тоже свои особенности, которые трудно поддаются формализации. Дело ведь не только в тех или иных событиях, представлении о них и оценках. Дело ещё в структуре памяти, в иерархии элементов — не ценностей, а именно элементов.

Это тоже хорошо видно на примере Войны, к которой не просто разное отношение. Она занимает разное место

в структуре национального сознания. Для постсоветской России 9 мая определённо стало главным праздником и памятным днём в государстве, и дело здесь не в формальном статусе и переносе военного парада с 7 ноября, а в отношении людей. Именно из него родился феномен шествия «Забытого полка».

Но это уже начало большого разговора на совсем другую, хотя и смежную тему, здесь же отметим, что национальная правда складывается из многих элементов, состоит из картин мира и ощущений многих людей. Это не просто то, чему научили в школе, это то, чем живут люди, чем дышат.

Это также не целостная концепция национальной истории, а объективно существующие, но трудно поддающиеся точному определению и классификации, точки в коллективной и индивидуальной памяти.

Где находятся точки общей памяти, выясняется на практике. Этот живой процесс принципиально отличается от «исторических споров», про которыми наполняется информационное пространство.

Например выступление школьника из Нового Уренгоя Николая Десятниченко в Бундестаге в ноябре 2017 года, в котором он говорил о немецких солдатах как жертвах войны, сначала вызвало очередной всплеск эмоциональной и крайне политизированной дискуссии о «пересмотре итогов», но он был перекрыт другой волной — воспоминаниями об отношении к пленным немцам сразу после войны, об удивительно человеческом отношении советских людей, переживших тяжелейшие годы, потерявших близких, к немцам, оказавшимся в плену. Надо особо отметить, что в большинстве случаев это были уже не прямые свидетельства очевидцев, а рассказы, сохранившиеся в семейной памяти, передающиеся из поколения в поколение.

По этой реакции понятно, что это тоже одна из точек национальной памяти, связанной с Войной.

В качестве иллюстрации приведу рассказ моей мамы, Дины Петровны Космыниной, родившейся в 1938 году и пережившей войну в селе Матвеевском Сасовского района Рязанской области: «Помидоры лежали на поле у печки, ближе к потолку. Их положили дозревать. Дверь была открыта, мы понятия не имели закрываться. В избу зашёл немец, а я ему сказала: «Не дам тебе помидор, ты моего крёстного убил». Крёстный был маминого брата сын Коля. Он нам ничего не сказал, не тронул, ушёл, но помидора мы ему не дали. Их было много, с рюкзаками, они, наверное, шли в лес. Это называлось Перегон в лесу. Там маленькие поезда ходили по узкоколейке. Они там лес валили. Качели у них там были. Мы с сестрой к ним ходили. Мы качались на качелях и вдруг идут два немца. Мы как сиганули с качелей, и бежать домой...»

Это детское «не дам помидор», в сочетании с тем, что немцы свободно ходили по деревне и просили есть, а значит было на что рассчитывать, значит подкармливали — живое свидетельство человеческого отношения.

Кстати, наряду с такими воспоминаниями частью национальной правды могут быть и мифы. С научной точки зрения — заведомые мифы. Мифы в истории — всегда есть, на них основана история, но всё — вопрос отношения.

К национальной правде вообще трудно, да и не нужно применять научные критерии.

Конкретноисторические знания не отменяют памяти, передающейся от поколения к поколению. Разговор здесь не о том, как соотносится Великая отечественная война со Второй мировой, и надо ли пересматривать оценки.

Это просто разные стороны, грани восприятия действительности, которые сами по себе другим другом не конфликтуют.

Национальную память также следует отличать от концепции национальной истории. Это не дискуссия о том, что должно быть написано в учебнике.

Повторю, «национальная правда» — это не целостная концепция национальной истории, это вообще не концепция, а ощущения, представления, воспоминания (передающиеся из поколения в поколение) многих людей.

Это всегда живые люди. И взаимодействие «национальных правд» — это контакты между людьми.

Здесь прежде всего надо понимать, что суть феномена — в подлинности каждой правды. Несколько правд не существует, каждая единственная и подлинная. Взаимодействовать они могут только пытаясь понять и проникнуть друг в друга.

Своей правдой можно только делиться в диалоге, внимательно слушая другого, воспринимая его правду, проникая в неё, примеривая «на себя». Цель в конечном счёте, принятие друг друга, диалог и взаимодействие, для которого совершенно не обязательно приходить к компромиссу относительно тех или иных событий. «Договориться», выработать универсальную точку зрения не то чтобы невозможно, это просто не нужно, потому что цель другая. Она обращена не к прошлому, а к будущему.

Вот что об опыте диалога и взаимодействия говорит немецкий католический священник Манфред Дезелерс, много лет работающий в Освенциме и пришедший за годы работы к пониманию того, что у людей, приезжающих туда сейчас, очень разный взгляд на это место, на то, что там происходило, на Войну:» ...Я подумал, что важно не столько говорить о примирении, сколько разделять друг с другом жизнь, возвращая взаимное доверие. Мне нравится польское выражение «слышать голос этой земли»... Диалог все же возможен. Но как? Да, я не должен прикасаться

к ране, но и не должен вести себя так, как будто никакой раны не существует. Я должен ее уважать. Я должен сохранять жизнь в том пространстве, которое существует вокруг раны» [Ткачёва].

Прикосновение к ранам — ключевое понятие в разговоре о национальной памяти взаимодействии нашей национальной памяти с другими.

Тренд второй половины XX в. — со многими оговорками, но движение к контакту, взаимодействию, диалогу.

Изменения последних лет, связанные с трансформацией информационно-новостных потоков, популярностью социальных сетей, размыванием и, пожалуй, даже исчезновением стандартов классической журналистики, внедрением в общественное сознание понятий «fake news» и «posttruth» в качестве модных символов нового времени, оказывают на тонкую материю национальной правды разрушающее влияние.

Упомяну ряд работ последнего времени, который на мой взгляд, являются наиболее интересными попытками проникнуть в суть этих перемен (кстати, и заглавия работ складываются в весьма характерную цепочку) — статью Григория Явлинского «Потеря будущего» [Явлинский], книги Панкаджа Мишры «Век гнева» [Mishra] и «Мир без ума» Франклина Фозра [Foer].

Происходит дробление, фрагментация общества и общественного сознания. «В результате всех этих изменений и процессов у очень большого числа людей и их общностей рушится не только устоявшийся образ жизни, но и прежняя система представлений о ней. Мир, окружающая реальность всё более кажутся им чем-то непонятным, опасным, непредсказуемым, перестают укладываться в привычную логику. В результате, растущему числу людей все труднее нащупать в мире политики более или менее

понятные и надежные ориентиры, все труднее получить ответы на волнующие и пугающие их вопросы. С одной стороны, это вызывает к жизни все то, о чем сказано выше. С другой — формирует сложный и чреватый опасностями вызов для ответственных политиков по всему миру. Более того, возможно, что в ближайшие десятилетия этот вызов будет осознан как главный для всего человечества, а поиск ответов на него станет главным содержанием политического поиска в предстоящие двадцать-тридцать лет» — пишет Григорий Явлинский.

Сложная материя «национальной правды» упрощается, разрывается на субъективные, индивидуальные точки зрения.

Сила новой «правды» в том, что она подстроена под конкретного пользователя. Это то, каким он хотел бы видеть мир. И он разрешает себе его таким видеть.

Учёный и поэт Ольга Седакова так пишет об этом в «Фейсбуке»: «Мне кажется, у статистического человека теперь (у нас, за другие страны не поручусь) две кнопки: полный скептицизм и такой же беспробудный фидеизм. На них он и нажимает: на скептицизм, когда слышит то, что ему не нравится (да все врут; да кто знает; да кто ты такой, чтоб это объявлять; да что есть истина и т. п.). Там, где ему хочется, нажимает фидеизм».

Опасность в том, чтобы приравнять национальную правду во всей её многогранности, сложности, и значении в формировании нации, к «точке зрения», одной из многочисленных «правд», которые бродят по социальным сетям.

Вторая угроза — вписывание «национальной правды» в контекст борьбы исторических и околоисторических концепций в рамках тенденции к восстановлению некоего трудно идентифицируемого бывшего величия («great again»).

Другая сторона этой угрозы — отторжение национального взгляда, вернее его низведение до второстепенного элемента личностного восприятия мира. Например, колумнист «Файненшл таймс» Гидеон Рахман следующим образом комментирует выборы в Венгрии: «Политика идентичности в основе своей либеральна, потому что как и большинство людей, которых я знаю, у меня составная идентичность. Я еврей. Я также британец, лондонец, журналист, у меня степень по истории. Я женат на не-еврейке, которая также, как и я безразлична, к религии. В свободном обществе личность сама должна определять свою идентичность, и она время от времени может меняться. Ставить групповую идентичность выше индивидуальной, не только нелиберально, это также и опасно. Это что, что случилось в бывшей Югославии, где соседи оказались прежде всего сербами, мусульманами или хорватами, и пошли друг на друга».

На этот субъективный взгляд можно было бы и не обращать особого внимания, но ситуация сейчас такова, что эта отражает не только мнение группы западных интеллектуалов, но и явлением, которое в современном мире невозможно не замечать. «Идивиды с самым разным прошлым обнаруживают, что из-за капитализм и технологий они оказались в общем загоне настоящего, в котором огромное неравенство в распределении богатства и власти создали новые унижающие иерархии... Массивный и недооценённый сдвиг глобального масштаба состоит в том, что люди в общественной жизни осознают себя преимущественно как индивидуумы с собственными правами, желаниями и интересами...» — пишет об этом Панкадж Мишра [Mishra, p. 14].

Ещё одна опасность — профанация национальной правды, её замена фейк-шоу. Пример — празднование

Дня победы, которое смещается в сторону пива с шашлыками под военные песни в современных ритмах. И даже на «Забытый полк» и его восприятие это оказывает косвенное влияние.

Если рассуждать дальше, можно подумать о том, что как и нация, национальная правда — производная Нового времени, мышления модерна.

С этой точки зрения то, что происходит сейчас — отказ от модерна. Не развитие и преодоление, а именно отказ.

По некоторым базовым характеристикам постмодерн, особенно в его IT версии напоминает средневековье. Речь, прежде всего, об отношении к информации, к тексту, к логике. Вот что пишет филолог и писатель Евгений Водолазкин о трансформации текста и отношения к тексту: «Как это ни странно звучит, с появлением интернета заканчивается тот период, который мы называем Новым временем... Совершенно очевидно, что в сегодняшней словесности проявляются черты Средневековья. Текст средних веков безграничен: каждая новая копия одного и того же текста не является в строгом смысле копией, она всегда новое произведение: текст дописывали, меняли, что-то убирали и так далее. Вспомним, что приход нового времени совпадает с отказом от рукописи и приходом книгопечатания. Таким образом культура пытается положить границу тексту, зафиксировать его, она создаёт неизменяемый текст, повторяющийся в точности в тысячах отпечатанных экземпляров. Сегодня текст снова становится безграничным: интернет создаёт гипертекст, возвращает тексту средневековые качества» [Водолазкин].

Но дело, конечно, не только в текстах. Рациональность здравый смысл вытесняются мифами, движение во времени размывается и останавливается. Всё прикрывается яркой цифровой обёрткой, привлекательным образом

будущего. Однако, в действительности, мир перестаёт двигаться вперёд. Проблема даже не в повороте назад, а в том, что исчезает само понятие движения во времени.

Дальнейшее движение — место объединения языком и культурой (которые лежат в основе национальной идентификации) пытается занять концепция объединения «сетью», системообразующими понятиями становятся «сингулярность» и искусственный интеллект. В этом году одной из «звёзд» Давосского форума был историк и популярный писатель Юваль Ной Харари, который в своей книге «Homo Deus», пишет: «Как только технология даст нам возможность реконструировать человеческое сознание, Homo Sapiens исчезнет, история человечества завершится, и начнётся совсем новый процесс, который люди вроде нас с вами и осознать-то не могут» [Harari, p. 114 — 115].

Сохранение феномена национальной правды, диалог «национальных правд», искусство «прикосновения к ранам» — альтернативу этому «концу человечества».

Литература

1. Водолазкин Е. Молчание как часть речи // Русский пионер, 17.03.2017
2. Ткачёва Т. Господи, где же ты был? Немецкий священник ищет ответы на самые трудные вопросы // Российская газета, 13.02.2013
3. Явлинский Г. А. Потеря будущего — Полис. Политические исследования. 2017. № 5. С. 133 — 155.
4. Foer F. World Without Mind: The Existential Threat of Big Tech. Penguin press, 2017.
5. Harari Y. N. Homo Deus: A Brief History of Tomorrow. Vintage, 2017.
6. Mishra P. Age of anger: a history of the Present, Farrar, Straus, and Giroux, 2017.

7. Rachman G. Anti-Semitism and the threat of identity politics. – Financial Times, april 26 2018.

ANDREY KOSMYNIN

The National Truth between the War and the Early 21th Century

Annotation

The article describes the phenomenon of «the national truth» – the idea of the main events of the national history, dissolved in public spontaneously crystallizing in some key points. It is connected with the level of individual mind through the personal memoirs and experiences passing from father to son. The author also considers, how this phenomenon is influenced with the changes in public and individual consciousness connected with IT development, social networks, etc.

Key words: national truth, the War, mass and personal memory, «touching wounds», dialogue, alternative to destruction.

Literature

1. Vodolazkin E. Molchaniye kak chast' rechi. – Russkiy pioner, 17.03.2017
2. Tkacheva T. Gospodi, gde zhe ty byl? – Rossiyskaya gazeta, 13.02.2013
3. Yavlinskiy G. Poterya buduschego. – Polis, 2017. № 5. С. 133 – 155.
4. Foer F. World Without Mind: The Existential Threat of Big Tech. Penguin press, 2017.

5. Harari Y.N. Homo Deus: A Brief History of Tomorrow. Vintage, 2017.
6. Mishra P. Age of anger: a history of the Present, Farrar, Straus, and Giroux, 2017.
7. Rachman G. Anti-Semitism and the threat of identity politics. – Financial Times, april 26 2018.

Адрес электронной почты автора:
kosmynin.andrey@gmail.com

АЛЕКСАНДРА КУДРЯШОВА

Московский городской педагогический университет

Правда факта и «вымысла» в русской автобиографической прозе: стилевые приемы

Аннотация. Статья посвящена ключевому соположению документального и художественного в жанре автобиографической прозы. Эмпирический материал русской автобиографической прозы представляет собой богатейший материал для осмысления феноменов правды факта и правды художественного вымысла. Особый акцент в статье имеет стилевое воплощение фактографического материала в прозе Л. Н. Толстого, К. Г. Короленко, М. Е. Салтыкова-Щедрина и И. С. Шмелева.

Ключевые слова: автобиографическая проза, документальное и художественное, стиль, автобиографический метод.

Можно сделать правду столь же, даже более занимательной, чем вымысел.

Из письма (14.10.1893) Л. Н. Толстого к Н. С. Лескову.

Соположение фактографического документального и художественного, правда и способы ее выражения в русской автобиографической прозе представляет особый интерес для исследования. Художественная автобиография с принятым каноном исповедальности «рассказа о себе»

представляет богатейший материал для исследования проблемы истинного и ложного, правды факта и правды «вымысла».

Ключевое жанровое соположение документального и художественного начал традиционно для автобиографической прозы. Еще Г. О. Винокур указывал на взаимосвязь жизненного материала и поэтического бытия художественного произведения: «<...> и самого преобразования не было бы, если бы не было того, что преобразается» [Винокур: 1]. Оговоримся, образ автора мы понимаем как художественное явление, как лирико-философское осмысление собственной жизни и способ понимания мировоззренческой позиции.

Интерес к собственной жизни, пристальное слежение к становлению собственной личности и желание выразить и запечатлеть ее ко второй половине XIX века достигают максимального воплощения в формате произведений автобиографической прозы: от записок до трилогий и тетралогий, но и ее беллетризации [Кудряшова: 2]. От записок «Записки Андрея Тимофеевича Болотова» (1789 – 1816), «Записки» княгини Е. Р. Дашковой (1805), «Своеручные записки» княгини Н. Б. Долгорукой (1767), автобиографические записки Гавриила Романовича Державина (1743 – 1812) до романной формы автобиографической прозы.

Магистральная тема автобиографической прозы – формирование личности писателей – определила крупный план изображения родителей, прежде всего, матерей, который не только получает сюжетно-композиционную устойчивость и многообразие художественных решений [Кудряшова: 3], но и актуализирует яркость соположения истинного и ложного, правды факта и правды «вымысла»

Предметом статьи является рассмотрение особенностей взаимосвязи художественного и документального,

а также индивидуальный стиль воплощения жизненных реалий и фактов в автобиографической повести Л. Н. Толстого «Детство» (1852), В. Г. Короленко («В дурном обществе», 1885), М. Е. Салтыкова-Щедрина («Пошехонская старина», 1887), И. С. Шмелева роман («Лето Господне», 1927–1948). Стилиевой анализ автобиографического метода каждого из писателей позволяет выявить типологические сходжения в центральном образе матери и своеобразии художественного решения в традиции русской автобиографической прозы XIX – XX вв.

Одним из стилевых приемов в автобиографической прозе является особые отношения автора и героя. Специфика заключается, с одной стороны в максимальном сближении Автора и героя, с другой стороны, в парадоксе отстраненности от исповедального «я» к третьему лицу героя (Николенька Иртеньев, Никанор Затрапезный). Зачастую герой по отношению к автору является тем «третьим», без чего (или без кого), как писал А. М. Пятигорский, невозможна никакая феноменология «другого», никакое знание о себе и о «другом» [Пятигорский: 4].

Проблема соотношения факта и вымысла в автобиографической прозе обозначена современным теоретиком В. И. Гусевым. Он пишет, у Л. Н. Толстого «есть поразительные отступления от биографического факта – преодоление его, возвышение над ним ради художественных целей. Классический пример – мать Иртеньева в «Детстве»» [Гусев: 5]. Этот подход ярко иллюстрирует классический пример преодоления фактографического материала.

Биографический факт смерти матери Толстого Марии Николаевны Волконской в 1830 году определяет жанрово-стилевую специфику повести «Детство» – художественное пространство наполнено переживанием и проживанием утраты матери. Напомним, Толстому не было 2-х

лет, когда не стало матери. Интересен и другой фактографический нюанс, внезапная смерть отца Николая Ильича Толстого в 1837 году, когда автору было девять лет. Так, переживание утраты матери творчески смещается в десятилетний возраст автобиографического героя и сближается, таким образом, с реальным проживанием трагедии смерти отца.

Согласно биографическим фактам уцелевший профиль Марии Николаевны Волконской был единственным изображением в семье. Толстой в повести «Детство» создает идеальный портрет матери, который наполнен возвышенной поэтизацией ее образа: «Когда я стараюсь вспомнить матушку такую, какую она была в это время, мне представляются только ее карие глаза, выражающие всегда одинаковую доброту и любовь (курсив наш — А.К.)» [Толстой: 6]. Статичность изображаемого объекта в портрете, безусловно, передает его художественную идею — создание идеала. С другой стороны, такая степень воспевания образа матери, не выявляет приемов иконописи, как например, в прозе Н. С. Лескова, М. Горького, И. С. Шмелева. Выбор живописного приема маркирован позицией Автора — художника-реалиста.

Начало повести наполнено также многомерным смыслом: «12 августа 18..., ровно в третий день после дня моего рождения, в который мне минуло десять лет и в который я получил такие чудесные подарки, в семь часов утра Карл Иваныч разбудил меня, ударив над самой моей головой хлопущей — из сахарной бумаги на палке — по мухе. Он сделал это так неловко, что задел образок моего ангела, висевший на дубовой спинке кровати, и что убитая муха упала мне прямо на голову (курсив наш — А.К.)» [Толстой: 6]. Пространственно-временные рамки «12 августа 18...» придают началу произведения дневниковую

фактографичность, которая усиливает у читателя ощущение достоверности. «Игнорирование читателем многосмысленности первичного события [Минералова: 7], [Кудряшова: 8] обедняет почти «хоральное» звучание, ибо оно есть увертюра: в нем (первичном событии) есть родство, и сиротство, и обида, и жалось, и нежность, и — крупным планом — ангел и убитая муха». Особое внимание в дальнейшем разворачивании сюжета приобретает мотив сна, который выдумывает Николенька, объясняя учителю свое дурное настроение: «<...> будто мама умерла и ее несут хоронить» [Толстой: 6]. Таким образом, ключевое событие и чувственно-эмоциональный нерв повести «Детство» задается изначально сюжетообразующим мотивом смерти матери.

Поэтизация образа матери реализуется и нарочитым повторением мотива ангела. Ассоциативно задетый образок ангела в первичном событии получает драматургическое развитие в разных точках зрения. Бабушка говорит князю: «Вы знаете, какая это ангельская доброта», Мими называет маман «этот ангел». Смерть матери в финале также соположен ангельскому уходу: «тихо, спокойно, точно ангел небесный». Через четыре года, в 1858 году, Л. Толстой напишет рассказ «Три смерти», где подобный стилевой прием будет использован им при создании образа умирающей барыни.

Следующий стилевой прием соположения документального и художественного связан с феноменом «мистики смерти», который обозначил П.М. Бицилли. Бицилли объясняет художественную достоверность толстовских образов, которая рождается на взаимосвязи зрительного («показывает») и чувственного познания в противовес рациональному. «Мистика смерти» раскрывается как диалектика самопознания: Импрессионистический портрет

умершей матери в «Детстве» Л.Н. Толстого ярко иллюстрирует взаимоотношение объекта и субъекта, доходя до их слияния.

««Я вздрогнул от ужаса, когда убедился, что это была она; но отчего закрытые глаза так впали? отчего эта страшная бледность <...>? Отчего выражение всего лица так строго и холодно? отчего губы так бледны и склад их так прекрасен, так величественен и выражает такое неземное спокойствие? <...> (красная строка)

<...> Я смотрел и чувствовал, что какая-то непонятная, непреодолимая сила притягивает мои глаза к этому безжизненному лицу (курсив наш — А.К.) » [Толстой: 6]. Обратим внимание на композиционно-графическое решение автора: красная строка «смотрел и чувствовал» определяет не только начало нового познания смерти — «чувствовал», но и свидетельствует о художественном методе Л. Н. Толстого. Пристальное наблюдение *argioi* (от лат. *a prioi*, буквально — из предшествующего, знание, предшествующее опыту) получает буквальное выражение в данном эпизоде: визуальное предшествует рациональному: герой сначала «смотрел» и «видел» и только потом «чувствовал».

Обратим еще внимание на фактографический нюанс истории, связанной с названием повести. Известно, что первоначально в журнале «Современник» повесть вышла под названием «История моего детства». В письме к главному редактору Некрасову Толстой писал: «<...> принятая мною форма биографии (курсив наш — А.К.) »: «Заглавие «Детство» и несколько слов предисловия объясняли мысль сочинения; заглавие же «История моего детства», напротив, противоречит ей. Кому какое дело до истории моего (курсив автора) детства?» [Толстой: 6]. Однако в тщательности психологического анализа «диалектики души» ребенка, стилизации чувств и думанья Николеньки

Иртеньева прочитывается индивидуальный стиль Толстого и его художественный мир воспоминаний о детстве.

Не менее интересны стилевые приемы соотношения документального и художественного в автобиографическом методе В. Г. Короленко. Повесть «В дурном обществе» начинается с предложения: «Моя мать умерла, когда мне было шесть лет». Традиционно начало как сильная позиция в тексте ярко иллюстрирует преодоление биографического материала, согласно авторской идее Короленко. Второе предложение задает тему повествования: «Отец, весь отдавшись своему горю, как будто совсем забыл о моем существовании» [Короленко: 9]. Сюжет повести «В дурном обществе» преодолевает конфликт отца и сына, для подобного художественного замысла образ матери оказался лишним. Обратим внимание на сближение сюжетной коллизии повестей «Детство Темы» Н. Г. Гарина-Михайловского и «В дурном обществе». Обе повести выстраиваются на драматической напряженности в системе образов отца и сына, а путь от отчуждения к примирению становится сюжетообразующим.

Согласно биографическим фактам, Короленко родился 15 июля 1853 г. в Житомире в семье уездного судьи Галактиона Афанасьевича Короленко. Со своей матерью, Эвелиной Осиповной писатель на протяжении всей жизни сохранял близкие и доверительные отношения. В семье ее называли «светлый ангел». Именно черты ее характера становятся моделью поведения, сюжетным амплуа для многих героинь его произведений. Например, узнаваемые черты образа мудрой матери Анны Попельской, или именование жены Эвелины («натура, созданная для тихого подвига любви») в повести «Слепой музыкант».

Известно, что Галактион Афанасьевич, отец Короленко (1810 – 1868)» женилсяуженепервоймолодости – тридцати

семи лет, а жену взял совсем юную. Эвелине Скуревич (1833–1903), дочери польского арендатора, было тринадцать лет, когда местный исправник Короленко предложил ей руку. Прототипом образа крутого, но справедливого пана судьи в повести «В дурном обществе» является отец писателя. Черты бескомпромиссного характера ложатся в основу сюжетного образа. Такую же фактографическую основу имеет и образ знаменитой куклы, «украденной» мальчиками для умирающей Маруси. «В местном суде шел процесс о наследстве между богатым графом и бедной вдовой его брата. Аристократ пустил в ход связи и деньги, даже попытался подкупить судью; вдова же не имела средств даже оплатить гербовые пошлины». Тем не менее, весь город был поражен судебным исходом ... вдова стала одной из богатейших помещиц Волынской губернии. «Все знали, что только благодаря честности судьи дело приняло столь неожиданный оборот» [Миронов: 10]. Не менее интересно и дальнейшее продолжение сюжета истории о благодарности вдовы. Вначале она хочет поблагодарить пана судью, но судья «от подношений отказался наотрез», благодарная женщина явилась на следующий день, когда пана судьи и пани сендзины (судейши) не было дома. Из коляски в дом перенесли «гору материй и товаров, а маленькая Маша получила огромную роскошную куклу, которая закрывала и открывала глаза» [Миронов: 10]. Согласно семейным воспоминаниям, подарки были возвращены, кроме одного. Хозяйка куклы «подняла такой рев, что судье пришлось уступить».

Соотношение документального и художественного, правда факта и вымысла выделяет автобиографический метод автора «Пошехонской старины». Осмеивание пороков в жанре автобиографической прозы встречается в «сатирико-ироническом изображении», «пародировании публично-героических форм» (М. Бахтин), однако

у Салтыкова-Щедрина такая точка зрения определяет все повествование и становится идейно-содержательным моментом изображения всей семьи, включая мать. Ярко гротеск-аномалия реализуются в «мысли семейной»: «Вообще говоря, несмотря на многочисленность родни, представление о действительно родственных отношениях было совершенно чуждо моему детству» [Салтыков-Щедрин: 11].

По «Воспоминаниям» друга сатирика доктора Н. А. Белоголового: «Отец был столбовой помещик, женившийся на купчихе; от брака этого родилось пятеро сыновей и три сестры. Семья была дикая и нравная, отношения между членами ее отличались какой-то зверской жестокостью, чуждых всяких теплых родственных сторон» [Белоголовый: 12].

Традиционное воспевание образа матери, например, в повествовании Иртеньева, получает противоположную коннотацию в словах Никанора Затрапезного, который десакрализует и травестирует «домашний обиход» и всех обитателей родового гнезда.

Семантика подзаголовка «Пошехонской старины» «Житие Никанора Затрапезного, пошехонского дворянина» ассоциативно связана с «Житием Протопопа Аввакума, им самим написанным», а неоднократное упоминание в тексте мартиролога (мученического жития) создает особое художественное пространство: «Что описываемое мною похоже на ад — об этом я не спору, но в то же время утверждаю, что этот ад не вымыслен мной. Это «пошехонская старина» — и ничего больше...» [Салтыков-Щедрин: 11]. Автор нарочито создает аллюзию с мартирологом, однако стиль и пафос явно противоречат главной идее житийного канона, а также «автожития» Протопопа Аввакума — идее мученичества во Имя Христа как сопричастия Христовым страданиям. Таким же противоречием

становится изначальная позиция автора-повествователя, который «в форме ведения моего рассказа не намерен стесняться» в противоположность традиционному уничтожению и умалению автора, а также его молению о помощи Божией в написании жития Святого.

Обратим внимание на важный стилистический момент в разграничении толкования мартиролога в церковной и светской литературах. Церковная литература определяет жанр мартиролога (от греч. *martuo* — мученик, *logo* — слово) как сборник повествований о Святых мучениках и исповедниках за веру Христову. В светской литературе название жанра акцентирует ключевой мотив мученичества. Сравним, например, с дневниками А. Тарковского, которые автор также называет Мартирологом.

По воспоминаниям племянницы сатирика, Ольга Михайловна Забелина (1801 — 1874), женщина властная, «даже грозная», «министр в юбке», она долгие годы держала в повиновении и мужа, и детей, и весь наш уезд [Павлова: 13]

Подобно Короленко, черты характера Ольги Михайловны как основа прототипического «зерна», становятся моделью поведения, сюжетным амплуа для многих героинь его произведений, например Анны Павловны Затрапезной, или Арины Петровны Головлевой из «Господа Головлевы». Обличительная сатира автора-повествователя создает образ матери через ключевые качества натуры Ольги Михайловны Забелиной: «демон стяжания», «упорное скопидомство» и «алчность будущего». Одним из стилистических приемов в пародировании образа матери является стилизация ее речи. Ее фраза звучит своеобразным символом веры в устах Анны Павловны: «Ты думаешь, как состояния-то наживаются?», она раздается «во всех углах с утра до вечера, оживляла все сердца, давала тон и содержание всему обиходу» [Салтыков-Щедрин: 11],

По свидетельству племянницы сатирика О.И. Зубовой «Из всех сыновей бабушка сначала боготворила Михаила за его ум и способности и гордилась им (курсив наш — А.К.) ужасно» [Павлова: 13]. Однако в художественном пространстве взаимоотношения автора с матерью получают иное художественное решение. Разделение матерью детей на любимчиков и постылых определяет особое положение героя Никанора Затрапезного: «<...> я прожил детство как-то незаметно, и не любил попадаться на глаза, так что когда матушка случайно встречала меня, то и она словно недоумевала, каким образом я очутился у ней на дороге» [Салтыков-Щедрин: 11]. Неожиданное нарушение семейной традиции получает эпизод, когда маленький герой демонстрирует успехи в учебе: «За обедом матушка давала мне лакомые куски, отец погладил по голове» [Салтыков-Щедрин: 11], тетеньки-сестрицы одарили такими подарками, которые преподносились только в именины. В формировании детских впечатлений этот день также несет семантику исключительности: «Весь этот день я был радостен и горд. Не сидел по обыкновению, притаившись в углу, а бегал по комнатам и громко выкрикивал: «мря, нря, цря, чря!»» [Салтыков-Щедрин: 11]. Семантическое снижение эпизода выражается эпитетом, который окрашивает и выдает оценку автора-повествователя: «Матушка видела мою ретивость и радовалась. В голове ее зрела коварная мысль, что <...> я один (курсив автора) из всех детей почти ничего не буду стоять подготовкою...», эта мысль «даже сделала ее нежною» [Салтыков-Щедрин: 11].

Следующий стилевой прием автобиографического метода М.Е. Салтыкова-Щедрина заключается в фигуре умолчания. Традиционные для автобиографической прозы портреты матери и сына у С.Т. Аксакова, Л.Н. Толстого, Н.С. Лескова, пронизанные особым лиризмом,

отсутствуют у М.Е. Салтыкова-Щедрина. Такая художественная особенность стиля может рассматриваться как фигура умолчания, т.е. эллипсис – немотивированный пропуск логических звеньев [Минералов: 14]. Данный прием становится яркой иллюстрацией в «Пошехонской старине». Аномалия как определяющая черта реалистического гротеска реализуется портрете-травести, в образе «все подсчитывающей» матери. Например, на совет повара подать на обед телятину («уж запашок пошел»), Анна Павловна «облизывает указательный палец и показывает повару шиш. – Натко!»; мать, пересчитывающая кассу, убеждаясь, «что вся сумма налицо»; мать, считающая, во сколько ей обойдется образование сына. «Высчитавши, что платежи эти составят <...> круглую сумму в пять тысяч четыреста рублей, она гневно щелкнула счетами и даже с негодованием отодвинула их от себя. Держи карман! – крикнула она: – и без того семь балбесов на шее сидят, каждый год за них слишком четыре тысячи рубликов вынь да положи, а тут еще осьмой явится!» [Салтыков-Щедрин: 11].

По воспоминаниям современников, «общий тон его (Салтыкова-Щедрина) был мрачный и угрюмый. Бесконечно мрачны были его воспоминания о своем детстве, о семье и особенно о матери, которую он так ярко изобразил в госпоже Головлевой» «Я до сих пор ненавижу эту ужасную женщину», как-то сказал он про свою мать» [Белоголовый: 12]

Стилевой прием эллипсиса становится сюжетообразующим для создания образа матери в автобиографическом романе «Лето Господне» И.С. Шмелева. Единственный портрет матери в окружении детей в романе «Лето Господне» встречается в эпизоде Покрова. «<...> И матушка на креслах... «вынашивает», и все ее остерегают <...>, все мы

ее обсели (курсив наш – А.К.) ...» [Шмелев: 15]. Обратим внимание на скудость художественных средств, отсутствие предметной детализации, свойственный жанру семейного портрета. Другой эпизод упоминания о ней уже в заключительной главе Похороны. Часть Скорби. «Вдова – новое слово, какое-то тяжелое, чужое. Так теперь называют матушку (курсив наш – А.К.) » [Шмелев: 15].

По свидетельству исследователя и биографа О. Михайлова, особое место в детских впечатлениях, «в благодарной памяти Шмелева, хочется сказать – место матери, занимает отец Сергей Иванович, которому писатель посвящает самые проникновенные, поэтические строки. Свою мать Шмелев упоминает в автобиографических книгах изредка и словно бы неохотно. Лишь отраженно, из других источников узнаем мы о драме, с ней связанной, о детских страданиях, оставивших в душе незарубцевавшуюся рану» [Михайлов: 16]. Другое документальное свидетельство находим в дневнике В.Н. Муромцевой-Буниной от 16 февраля 1929 года: «Шмелев рассказывал, как его пороли, веник превращался в мелкие кусочки. О матери он писать не может, а об отце – бесконечно» [Муромцева-Бунина: 17]

Евлампия Гавриловна Савинова (1874 – 1934), происходила из купеческого рода, «неласковая, жестокая, волевая, она прекрасно понимала, как важно дать детям (Ване и двум его сестрам) отличное образование, и добилась этого, несмотря на резко ухудшившееся материальное положение семьи, после нежданной смерти кормильца мужа» [Михайлов: 16]. Когда в 1933 г. Шмелев получает известие из России о кончине матери, он пишет в письме к Ксении Деникиной, «как больно получить такое известие после годов молчания... И такая пустота вселилась в меня... Может и пустота вселиться. Все из рук валится, разучился думать».

Итак, соположение правды факта и вымысла в магистральной теме автобиографической прозы — формирование личности художника — выявило доминанту художественного начала, где документальные эпизоды, факты обусловлены авторским выбором. К стилевому приему создания образа матери можно отнести прототипическое «зерно», сюжетное амплуа, или модель поведения, которое ярко определяет метод В. Г. Короленко, М. Е. Салтыкова-Щедрина.

Другим устойчивым стилевым приемом является фигура умолчания (эллипсис). В повести В. И. Короленко «В дурном обществе» и романе И. С. Шмелева «Лето Господне» ключевой образ матери эллиптирован и ярко иллюстрирует доминанту авторского видения в передаче фактографического материала. Данный прием объясняется художественными задачами авторов, где центром сюжетной интриги становятся взаимоотношения сыновей с отцами. Для М. Е. Салтыкова-Щедрина эллипсис реализуется в отсутствии традиционного для автобиографической прозы портрета матери, воспевающего и поэтизирующего ее образ.

Возможен как намеренный выпуск ряда фактов, например, создание семьи без ключевого образа матери, либо исключительность ее художественного образа (Л. Н. Толстой). Поэтизация и воспевание образа матери в «Детстве» определяет автобиографический метод Л. Н. Толстого, напротив, семантическое снижение, травестирование образа характерно для «Пошехонской старине» М. Е. Салтыкова-Щедрина.

Из всего потока жизненного материала писатель выбирает отдельные факты, а также способы их художественной интерпретации. Реальные взаимоотношения с матерью, ее образу сообщается дополнительная условность,

которая отсутствовала или была минимизирована в реально происходивших событиях. Таким образом, документальное становится частью целого, где доминантой является замысел автора.

Литература

1. Винокур Г.О. Биография и культура. — М., 2007. — 96 с.
2. Кудряшова А.А. Теоретические основы жанра в русской автобиографической прозе. Дисс... докт.филол.наук. — М., 2013. — 404 с. Теоретические основы жанра в русской автобиографической прозе. Автореф. дисс... докт.филол.наук. — М., 2015. — 36 с.
3. Кудряшова А.А. Документальное и художественное начала в формировании личности художника в русской автобиографической прозе: галерея семейных образов и наставников. Монография. Ярославль: ИПК Литера, 2013. — 171 с.
4. Пятигорский А.М. Избранные труды / Сост. и общая ред. Г. Амелина. М., 1996. — 594 с. С. 265.
5. Гусев В.И. Искусство прозы. Статьи о главном. — М.: Издательство Литературного института им. А.М. Горького, 1999. — 157 с.
6. Толстой Л.Н. Собрание сочинений в 12 томах. Т. I. М.: Правда, 1984. — 574 с.
7. Подробнее о феномене первичного события в жанре автобиографической прозы см. Минералова И.Г. «Первичное событие» в автобиографической прозе о детстве // Мировая словесность для детей и о детях. Вып. 16. М., 2012. С. 91 – 99.
8. Подробнее о феномене первичного события в жанре автобиографической прозы см. Кудряшова А.А. Первичное событие в теории автобиографической прозы. Монография. Ярославль: ИПК Литера, 2013. — 132 с. (8 п. л.)

9. Короленко В.Г. Собрание сочинений в 10 томах. Т. II. М.: Художественная литература, 1954. — 477 с.
10. Миронов Г.М. Короленко. М.: Молодая гвардия, 1962. — 368 с.
11. Салтыков-Щедрин М.Е. Полное собрание сочинений в 20 т. Т. XVII. Л.: Художественная литература, 1934. — 473 с.
12. М.Е. Салтыков-Щедрин в портретах и иллюстрациях. Л., 1939. — 186 с.
13. Павлова И.Б. Тема семьи и рода у Салтыкова-Щедрина в литературном контексте эпохи. М.: ИМЛИ РАН: Наследие, 1999. — 152 с.
14. Подробнее о приеме эллипсиса см. Минералов Ю.И. Теория художественной словесности. М., 1999. С. 98. — 360 с.
15. Шмелев И.С. Собрание сочинений в 5 томах. Т. IV. М.: Русская книга, 2001. — 560 с.
16. Шмелев И.С. Избранные сочинения в 2-х т. Т. 1. М.: «Вече», 2001. — 510 с. / Предисловие и коммен. О. Михайлова.
17. Устами Буниных. Дневники Ивана Алексеевича и Веры Николаевны и другие архивные материалы. Под ред. Милицы Грин. В 3-х тт. Т. 2. Франкфурт-на-Майне, 1981.

ALEXANDRA KUDRYASHOVA

The truth of the 'fact' and 'fiction' in russian autobiographical prose: style techniques

Annotation. The article is devoted to the key position of documentary and artistic in the genre of autobiographical prose. Empirical material of Russian autobiographical prose is rich for understanding the phenomena of the truth of fact and fiction. Special emphasis in the paper is the stylistic embodiment of factual material in prose by L. N. Tolstoy, V. G. Korolenko, M. Y. Saltykov-Shchedrin and I. S. Shmelev.

Key words: autobiographical prose, documentary and artistic, style, autobiographical method.

Literature:

1. Vinokur G. O. Biografiya i kul'tura. — M., 2007. — 96 s.
2. Kudryashova A. A. Teoreticheskie osnovy zhanra v russkoj avtobiograficheskoj proze. Diss... dokt. filol. nauk. — M., 2013. — 404 s. Teoreticheskie osnovy zhanra v russkoj avtobiograficheskoj proze. Avtoref. Diss. dokt. filol. nauk. — M., 2013. — 36 s.
3. Kudryashova A. A. Dokumental'noe i khudozhestvennoe nachala v formirovanii lichnosti khudozhnika v russkoj avtobiograficheskoj proze: galereya semejnykh obrazov i nastavnikov. Monografiya. Yaroslavl': IPK Litera, 2013. — 171 s.
4. Pyatigorskij A. M. Izbrannye trudy / Sost. i obshhaya red. G. Amelina. M., 1996. — 594 s.
5. Gusev V. I. Iskusstvo prozy. Stat'i o glavnom. — M.: Izdatel'stvo Literaturnogo instituta im. A. M. Gor'kogo, 1999. — 157 s.

6. Tolstoj L. N. Sobranie sochinenij v 12 tomakh. T. I. M.: Pravda, 1984. — 574 s.
7. Podrobnee o fenomene pervichnogo sobytiya v zhanre avtobiograficheskoj prozy sm. Mineralova I. G. «Pervichnoe sobytie» v avtobiograficheskoj proze o detstve // Mirovaya slovesnost' dlya detej i o detyakh. Vyp. 16. M., 2012. S. 91 — 99.
8. Podrobnee o fenomene pervichnogo sobytiya v zhanre avtobiograficheskoj prozy sm. Kudryashova A. A. Pervichnoe sobytie v teorii avtobiograficheskoj prozy. Monografiya. Yaroslavl': IPK Litera, 2013. — 132 s. (8 p.l.)
9. Korolenko V. G. Sobranie sochinenij v 10 tomakh. T. II. M.: Khudozhestvennaya literatura, 1954. — 477 s.
10. Mironov G. M. Korolenko. M.: Molodaya gvardiya, 1962. — 368 s.
11. Saltykov-Shhedrin M. E. Polnoe sobranie sochinenij v 20 t. T. XVII. L.: Khudozhestvennaya literatura, 1934. — 473 s.
12. M. E. Saltykov-Shhedrin v portretakh i illyustratsiyakh. L., 1939. — 186 s.
13. Pavlova I. B. Tema sem'i i roda u Saltykova-Shhedrina v literaturnom kontekste ehpokhi. M.: IMLI RAN: Nasledie, 1999. — 152 s.
14. Podrobnee o prieme ehllipsisa sm. Mineralov YU. I. Teoriya khudozhestvennoj slovesnosti. M., 1999. S. 98. — 360 s.
15. Shmelev I. S. Sobranie sochinenij v 5 tomakh. T. IV. M.: Russkaya kniga, 2001. — 560 s.
16. Shmelev I. S. Izbrannye sochineniya v 2-kh t. T. 1. M.: «Veche», 2001. — 510 s. / Predis. i komment. O. Mikhajlova.
17. Ustami Buninykh. Dnevniky Ivana Alekseevicha i Very Nikolaevny i drugie arkhivnye materialy. Pod red. Militsey Grin. V 3-kh tt. T. 2. Frankfurt-na-Majne, 1981.

Адрес электронной почты автора:
alekshvan@yandex.ru

ОЛЕГ ЛЕЩАК

Университет им. Яна Кохановского в Кельце, Польша

Правда и постправда в информационном и коммуникативно-дискурсном аспекте

Статья посвящена металогическому анализу понятий правда и постправда с точки зрения функционально-прагматической (антропоцентрической и реляционистической) методологии. Понятие правды определяется в работе как эпистемическая оценка информации, осуществляемая в актах мышления. Автор различает понятие информации как функции когниции и понятие информирования как функции коммуникации. Постправда постулируется как адресатная оценочная функция информирования в массовой коммуникации, характерной для информационного постиндустриального общества. В статье рассмотрены основные черты информации, которая может быть оценена как постправда.

Ключевые слова: когниция, правда, правдоподобие, массовая коммуникация, постправда, информационное общество.

Методологические замечания

Обсуждение проблемы т.н. постправды требует, как минимум, двух оговорок концептуально-терминологического и методологического характера. Во-первых, не стоит

особо полагаться на внутреннюю форму слова «постправда» и ожидать анализа номинируемого им понятия как когнитивно-эпистемической функции. Название постправда вовсе не обязательно имеет непосредственное отношение к традиционным понятиям правды, неправды или правдоподобия. Необходимо выяснить, до какой степени это явление относится к познавательной деятельности, а до какой является производным других видов человеческой деятельности. Во-вторых, всякое обсуждение некоторого нового объекта, возникающего в предметном поле науки, требует определения методологических оснований, с позиции которых данная проблема решается. В нашем случае это функционально-прагматическая антропоцентрическая методология, восходящая к концепциям И. Канта и В. Джемса, а также к философскому реляционизму, согласно которому любой рассматриваемый объект изначально квалифицируется как определенного типа отношение в опытной деятельности человека. (подробнее основания методологии изложены в работе [Лещак 2008])

В случае концептуального анализа понятия постправды (или пока только термина «постправда») необходимо определить методологически релевантное для данного анализа понимание самой правды как определенного вида информации, да и вообще понимания информации в ее интенциональном (отношение к субъекту) и интенциональном (отношение к объекту) измерении. Если все принципиально возможные концепции понимания правды и информации (знания, значения, смысла и т. д.) типологизировать на эссенциальной шкале от наиболее «объективных» (независимых по своей онтологической сущности от человеческого субъекта) до наиболее «субъективных», а на каузальной шкале от наиболее априорных (независимых от человеческого познавательного опыта) до наиболее апостериорных,

мы вправе ожидать следующей эпистемологической дистрибуции взглядов на проблему правды:

Метафизическое понимание информации как априорной объективной сущности, а правды — как *корреспонденции* с такой сущностью

Позитивистское понимание информации как апостериорного вскрытия объективного положения вещей, а правды — как научной *доказанности*

Индивидуалистическое понимание информации как априорной субъективной сущности, а правды — как *волевого решения* или *интуиции*

Прагматическое понимание информации как апостериорной функции деятельности, а правды как *эффективного договора*

Метафизическая правда носит объектный, априорный и всеобщий характер. Правда здесь понимается как объективная истина, очевидный и общеобязательный факт. Индивидуалистическая правда субъектна, априорна и единична: истина основана на личном убеждении или волевативном решении. Позитивная правда тоже объектна (как и метафизическая), но она апостериорна и ограничена в интересубъектном плане (вплоть до единичности). Истинным здесь является то, что научно доказано. Наконец, прагматическая правда также субъектна (как и индивидуалистическая), но она апостериорна и принципиально интересубъективна (популяционна), а значит изначально предполагает множественность правд. Истинным (временно) считается то, что успешно работает в данном коллективном опыте.

Понятно, что принимаемая в данной работе методологическая позиция по определению соответствует

прагматическому пониманию информации и правды. Именно с таких позиций рассматривается основной вопрос: насколько постправда относится к эпистемическим функциям человеческой деятельности и, если не относится, то какого рода опытной функцией она является.

1. ПРАВДА КАК ИНФОРМАЦИОННАЯ ФУНКЦИЯ

Информация

Если пойти по пути самой примитивной редукции и проследить логические шаги от заявленной задачи (определить, что есть правда) до металогической базы ее решения (т. е. вопроса, с чего начать и какими логическими механизмами пользоваться), можно выстроить следующую цепочку: правда — знание (информация) — действительность (бытие). Значит, так или иначе начинать следует с постулатов о характере бытия, информация о котором может быть правдивой или неправдивой.

Принимая во внимание первичность для постулируемой здесь методологии понятия отношения, неминуемо придется признать: а) положение, что бытие (как наличное бытие, а не как вещь в себе) представляет собой отношение и б) положение, что таких принципиальных видов бытийных отношений должно быть не менее двух (ибо только так между ними может возникнуть отношение). Следовательно изначально в бытийной области с точки зрения реляционизма должно выделяться отношение *онтическое* (сущностно-бытийное) и *онтологическое* (формально-бытийное). Первый тип бытийных отношений формирует некоторое пространственно-темпоральное поле бытия, которое обычно понимается как некая *действительность*, и должно трактоваться как *необходимо данное* для того, чтобы быть местом локализации чего-либо и предметом какого-либо воздействия. Но уже одно это требует наличия

некоторого субъекта такого воздействия, для которого это поле является собственно предметным полем и который может на него воздействовать или реагировать, может его парцеллировать, выделять в нем те или иные фрагменты, устанавливать (или обнаруживать) в нем и между его фрагментами те или иные отношения. И. Кант в свое время в разделе «Об основании различения всех предметов вообще на *Phaenomena* и *Noumena*» в «Критике чистого разума» обосновал понятие феноменального мира и феномена как бытия-для-нас, т. е. как отношения между миром вещи в себе и человеческим опытом [Кант 2006: 391 – 415], а природу определил как «совокупность всех предметов опыта» [Кант 1965: 113]. Именно феномен есть та бытийная функция, которая совмещает в себе оба типа названных отношений — онтический и онтологический. С одной стороны, то, что есть, есть, но, с другой, все, что есть, есть какое-то, для кого-то и есть (существует / бытует) каким-то образом. Говоря проще, онтологическое измерение бытия — это его характер как первичного отношения между вещественным миром (в качестве объекта опыта) и человеком (как субъектом опыта). Этот тип отношений можно назвать *прагматическим*, поскольку любой опыт и любая совершаемая в этом опыте деятельность носят целесообразный характер и от цели человеческой деятельности может зависеть установление отношения между ее субъектом и объектом. При этом можно разделить все опытное пространство на две сферы — *предметную*, внешнюю по отношению к субъекту опытной деятельности, и *субъектную*, имманентную самому субъекту.

Онтическое же измерение бытия носит чисто функциональный характер и во многом зависит от деятельностных возможностей (потенций) субъекта опыта (а значит, функциональные отношения, устанавливаемые в предметном

поле опыта субъекта, подчинены прагматическим отношениям). Обладание человеком двумя познавательными способностями – сенсорикой и рассудком – позволяет ему как субъекту выделить в предметном поле своего опыта два принципиально различных вида онтических функций – *энергоматерию* и *информацию*. Первый носит характер необходимого, позитивного бытия, второй – бытия негативного, т. е. попросту *разницы (различия)*. Различая сенсорные впечатления от энергоматерии, объекты в процедурах мышления, эмоциональные состояния или волитивные акты, мы тем самым образуем разного рода информацию, из которой складывается наш внутренний опыт. Таким образом, можно говорить о четырех принципиально отличных видах информации – *сенсорной* (предметной и реактивной), *когнитивной* (предметной и активной), *эмоциональной* (субъектной и реактивной) и *волитивной* (субъектной и активной). Ни эмоциональная, ни волитивная информация не даны нам как объекты мышления. По определению это информация субъектная. Мысля или ощущая нечто, мы, конечно, испытываем определенные эмоции и пребываем в каких-то волитивных состояниях, но пока не начнем о них думать, не отдаем себе отчета в наличии у нас субъектной информации. Впрочем, то же касается и сенсорных впечатлений. Пока мы о них не думаем, мы ими просто обладаем, но не знаем этого. Как только человек начинает мыслить о своих ощущениях, эмоциях или волитивных состояниях, они перестают быть таковыми и трансформируются в когниции, т. е. в обобщенные представления, понятия и суждения. Фактически мы мыслим не о мире как таковом и даже не о его непосредственном восприятии, а только о собственном внутреннем когнитивном опыте отношения к миру и к своему восприятию мира. И оцениваем мы не мир или

непосредственно наше субъективное состояние, а наше миропонимание и мировосприятие, которые носят уже инвариантный и информационный характер. Лишь когнитивная информация может быть тем видом информации, которая нас может интересовать при обсуждении проблемы правды, поскольку только она носит одновременно предметный (информация о чем-то, что не является самим субъектом, обладающим этой информацией) и активный характер (т.е. может быть оценкой иной когнитивной информации, в т.ч. оценкой информации о всех остальных типах информации).

Понятно, что однозначное разделение информации на предметную и субъектную (равно как четкое разделение информации на когнитивную, сенсорную, эмоциональную и волевую) возможно только на метафизическом уровне (уровне установления логических дистинкций). В реальном деятельностном опыте все типы информации смешаны и образуют синкретические целостные функции опыта. Поэтому, говоря о деятельностно-опытных видах информации, можно и следует разделять лишь *содержательную, вещественную* информацию — субъектно-предметную по характеру, составляющую когнитивное отношение субъекта к миру (в т.ч. и к своим собственным состояниям), и *модальную, оценочную* информацию (предметно-субъектную), суть которой сводится к установлению соответствия или несоответствия вещественной информации некоторому действительному состоянию, принятому за эталон или норму.

Содержательная информация по степени ее логической обработки может быть либо *арелфлексивной* (обыденно-практические знания, основанные на привычке, вере, убеждении, предчувствии; Мераб Мамардашвили и Александр Пятигорский называли такого рода информацию

прагмемами, которые «существуют в силу прагматической связи человека с ситуацией его деятельности и возникают в силу этой прагматической связи как объекты, обслуживающие ее» [Мамардашвили, Пятигорский 1997: 36]), либо *рефлексивной* (сведения, данные, концептуальные знания, основанные на рациональном анализе прагмем и другой рефлексивной информации). Такого рода информация у нас либо есть, либо ее нет. Рефлексия еще не является эпистемической оценкой правдивости. Это могут быть: обычная селекция данных, обобщение или расчленение, сопоставление или противопоставление, упорядочение, систематизация, комбинирование, отвлечение и т.д. Поэтому нельзя содержательную информацию определять как правдивую или неправдивую на одном только основании ее наличия или даже ее рефлексивного характера. Иногда такие необоснованные претензии можно заметить во фразе «Он не знает всей правды». Это значит лишь одно: некто не обладает некоторой информацией, которую мог бы оценить как правдивую или неправдивую или использовать при оценке другой информации. Правду нельзя видеть, обнаружить, узнать, изобрести. Можно лишь эпистемически оценить некоторую информацию как соответствующую или несоответствующую эталону действительности. Вне процедур оценки информация не может быть правдивой или неправдивой. Тем более вне когнитивных процедур. Поэтому фразы вроде «Правда от нас сокрыта» или «Мы ищем правду» с точки зрения предложенной здесь методологии являются чистыми метафорами и иносказаниями. Предметно-субъектная оценка информации состоит в анализе количественных или качественных атрибутов информации в плане соответствия / несоответствия информации эталону (норме) или ее полноты / неполноты. Идея правды никак не может относиться к содержательной информации. Мы

можем знать (думать) о том, что предмет, с которым мы имеем дело, кругл или продолговат, красен или бесцветен, хорош или плох, является мячом или палкой, желанен для нас или неприемлем, вообще существует или не существует. Все эти суждения не являются ни правдивыми, ни ложными. Это просто определенного рода знания (мысли). Правдивыми или ложными они станут лишь тогда, когда мы создадим модальную информацию, соотнеся данные суждения с некоторыми эталонными постулатами. А значит, правда / неправда — это *функция модально-оценочной когниции*.

Эталон

Одним из ключевых вопросов, возникающих в процессе анализа понятия правды, является вопрос об эталоне оценки вещественной информации на правдивость и, особенно, вопрос о действительности как «натуральном» эталоне такой оценки. Огромное большинство теорий правды апеллирует именно к *соответствию информации действительности* обычно без объяснения, что такое «действительность» и в чем состоит механизм «соответствия». Теоретически или металогически можно было бы принять тезис, что указанная «действительность» — это и есть синоним слова «эталон», которое само по себе требует информационного наполнения. Именно в зависимости от того, как тот или иной исследователь понимает действительность как эталон правдивости информации, может быть выстроена та или иная теория правды.

Я бы хотел предложить, с одной стороны, разделение этих двух понятий по принципу характера информации, а с другой, размежевание понятий действительности и энергоматериального бытия.

Начну со второй проблемы. Будем исходить из гипотезы *необходимой очевидности существования энергоматериального бытия как основы феноменального мира*

(природы). Все, чем является для нас энергоматериальный мир, в нашем сознании фиксируется в пространственно-временных ощущениях и квалифицируется в виде вещей (а также их совокупностей или частей), их процессуальных или атрибутивных отношений, а также отношений между этими отношениями. Говоря проще, энергоматериальный мир дан нам в виде предметной информации, опирающейся на нашу сенсорную эмпирию. Отсутствие оценки такого рода информации порождает эффект принятия ее как единственной данности. Такого рода информация выше была определена как арерфлексивная (прагмемы, на которых обычно основывается всякая первичная практическая деятельность). Именно такого рода интуитивную и практическую информацию можно назвать *информацией о действительности*, которую можно сравнительно легко отделить от самой действительности (достаточно провести эксперимент различения мысленного или предметно-манипулятивного действия), но, парадоксально, действительность как таковую совершенно невозможно отделить от информации о действительности. Что бы мы физически не делали с палкой, для нас она останется палкой — и в когнитивном, и в сенсорном отношении. В рамках опыта нам не удастся отделить саму энергоматерию от информации об энергоматерии. Об этом фактически писал Кант. В свое время на этот факт обратил внимание Эрнст Мах, определяя атомы и электроны как собственно человеческий способ описания энергоматерии и называл их мыслительными конструктами (и проблема не в том, как утверждают некоторые критики Маха, что он не верил в существование атомов и молекул, а в том, что он обратил внимание на то, что объект науки неотделим от самой науки и познавательных возможностей самого исследователя). Эта же идея легла в основу известного принципа

Гейзенберга. В любом случае информация о действительности, будь она арефлексивной или рефлексивной, сама по себе должна квалифицироваться как собственно предметная (вещественная) информация. Мы обречены на обладание такой информацией, поскольку сами ее создаем в ходе установления опытных и деятельных отношений со средой, в т. ч. социальной.

Вполне возможно, что с прагматической точки зрения намного удобнее в концептуальном смысле было бы термином «действительность» называть не само энергоматериальное бытие (мир наших предметно-манипулятивных действий), а именно эту самую базовую феноменальную, предметную информацию, устанавливаемую нами в качестве эталона оценки любой другой информации на правдивость или ложность. Но в этом случае совершенно очевидным станет факт, что мы живем в различных действительностях, пребывая при этом в одном и том же энергоматериальном бытии.

Как только мы начнем сопоставлять с такого рода информацией наши новые предметные (или спекулятивные) знания, она перестает быть просто вещественной информацией, а преобразуется в *эталон правды*, а значит, становится информацией модальной. Воспринимая ее как эталон для последующей информации, мы, сами того не осознавая, оцениваем ее как изначально правдивую и заслуживающую того, чтобы с ней сопоставлялась всякая другая информация. Значит ли это, что эта первичная информация, т. е. сенсорная эмпирическая действительность (прагмемного характера) является перманентным эталоном независимо от последующего опыта. Отнюдь. Любое последующее опытное действие, с одной стороны, вносит коррективы в прагмемы, заменяя их рефлексивными метазнаниями, а с другой — эти метазнания постепенно

подвергаются синергетизации, шаблонизации, петрификации и, переходя в привычку, опять преобразуются в новые прагматы, т.е. порождают новую эмпирическую действительность. Можно вполне понять наших предшественников, которые верили в действительность своего опыта, в котором не было места электричеству, полетам в космос, бактериям или телефонной коммуникации, как в эталон правды. Мы ничем от них не отличаемся. Механизмы веры в наш опыт, где все перечисленное не только возможно, но и действительно, те же, что и у наших предков. Через сто или двести лет то, во что мы сейчас верим как в действительность (точнее, то, что для нас является действительностью), вполне может оказаться мифом. Впрочем, совершенно не важно, какова действительность. Важно лишь то, что такая категория нам необходима и для практического опытного функционирования, и для развития познавательной способности. С терминологической точки зрения слова «действительность», «действительный» и «реальность», «реальный», будучи онтологически значимыми с семантической точки зрения, обладают очень ярко выраженным эпистемологическим потенциалом, поскольку пресуппозитивно постулируют оценочную идею правдивости знания о существовании некоторого объекта, определенного как *реального* или *действительного*.

Точно так же, как невозможно установить выразительную границу между самой действительностью и прагматами (арефлексивными знаниями о действительности), лежащими в основе оценочных суждений о правде, так же невозможно сказать, где четко проходит граница между *опытными* (базирующимися на сенсорном опыте) и *спекулятивными* (непосредственно не основанными на сенсорике) знаниями, а значит, применение категории правды как оценочной функции становится все более

проблематичным по мере удаления информации от непосредственно-опытной к опосредованно-опытной в сторону спекулятивно-рассудочной и еще далее — в область суждений чистого разума (номотетической и фундаментальной науки, методологии, мировоззрения, философии, этики, эстетики, религии и т. д.).

Одно можно сказать точно: на уровне металогике нам необходимо в качестве эпистемического инструмента обладать различием между положительной информацией о соответствии некоего суждения действительности как эталона правдивости (т. е. информации о факте или оригинале) и отрицательной информации о его несоответствии эталонной действительности (т. е. информации о фикции, вымысле, копии или подделке). *Этот механизм мы можем применять независимо от того, что именно принимается за эталон, какого рода суждения оцениваются и чего именно в нашей картине мира они касаются.*

Оценка

Когнитивной основой правды, как следует из вышеприведенных рассуждений, оказывается процедура оценки информации на степень соответствия эталону действительности. Отсюда возникает ряд проблем, требующих обсуждения, а именно: кто осуществляет эту оценку, в чем заключается процедура оценки, как именно эта оценка проводится и, наконец, каковы качественные и количественные параметры этой оценки.

Казалось бы, самым простым вопросом здесь является вопрос о субъекте оценки. Но это не так. Даже по этому вопросу могут возникнуть существенные разногласия. Самое простое решения здесь напрашивается в рамках дихотомии: индивид — индивид. То, что оценивается как правда одним индивидом, может отвергаться другим. Одна

и та же когнитивная процедура оценки правдивости информации не может осуществляться одновременно в двух сознаниях. А значит, это различные процедуры и различные оценки. Если бы оценка информации основывалась исключительно на принципах когеренции (внутренней связности, согласованности и непротиворечивости), правды было бы столько, сколько актов оценки. Однако наряду с когерентностью есть еще процедуры конвенциализации, т. е. согласования оценок на межличностном уровне. Если так, оказывается, что проблема правды обретает, как минимум, два измерения: конвенциональность и когерентность, а проблема субъекта эпистемической оценки требует типологизации от абсолютной индивидуальной когеренции (и полной неконвенциональности) до абсолютной видовой конвенциональности (и размытой когерентности). Между этими крайностями могут находиться множественные промежуточные этапы групповых (популяционных) соглашений (конвенций) с большей или меньшей степенью когерентности правды.

Казалось бы, перед нами вырисовывается шкала: «личность — группа — человечество», но в антропоцентрической и реляционистической методологии это не так. Любая конкретная личность является человеческой личностью, т. е. является человеком, а значит является носителем общечеловеческих черт. Не существует иного человека вообще, кроме каждого реального и конкретного человека. То же и с популяционными чертами: каждый из нас является мужчиной или женщиной, молодым или старым, русским, поляком, англичанином и т. д., политиком, рабочим, учителем и т. д., т. е. содержит черты той или иной группы. Точно так же нет мужчины или женщины как таковой. Не существует поляка, русского или англичанина вообще. Нет эталонного и обобщенного учителя или рабочего. Все это

конкретные люди, содержащие в своей информационной системе все три принципиально отличных набора характеристик: личности, группы и вида, т. е. каждый из нас может быть в одних случаях субъектом личностной оценки («моя правда»), в других — оценки популяционной («наша правда»), в третьих — оценки видовой («всеобщая правда»).

Различия в оценке правдивости на популяционном уровне наиболее проблемны. Индивид обычно готов отступить, если его оценка не совпадает с видовой или групповой. Сложнее, если это популяционная оценка, т. е. если эту же правду с ним разделяют другие: то, что оценивается как факт одной группой может оцениваться как вымысел другой группой, то, что принимается в качестве аргумента оценки в одной группе, может оцениваться как псевдоаргумент другими группами. Именно на этом уровне возникает больше всего разногласий и споров. Зачастую неразрешимых, т. к. этот уровень конвенционализации и размытия когерентности настолько высок, что сложно ожидать рационально-логического, дискурсивного снятия разногласий. На этом этапе в каждой группе уже выработаны свои, довольно стабильные основания эталонной действительности, от которых не готовы отказаться адепты группы, и на которые не готовы согласиться их противники. Чем выше уровень конвенционализации и размывания когерентности, тем более широкий характер обретает убеждение в правдивости информации, но тем слабее уровень дискурсивности и рациональности такой оценки.

Здесь мы непосредственно подошли к проблеме характера осуществления эпистемической оценки некоторой информации как правдивой или ложной. В зависимости от характера используемых аргументов и способа аргументации такая оценка может быть либо *интуитивной*, либо *дискурсивной* (рефлексивной). Интуитивная оценка далеко не

всегда носит чисто эмоционально-волевой, субъективный характер. Это может быть и здраворассудочная интуиция, сопряженная с привычками, обретаемыми в повседневном опыте, или же даже рационально-логическая интуиция, основанная на научных знаниях и убеждениях. Дискурсивная рефлексия как постепенное логическое следование от одного суждения к другому с промежуточной аргументацией также не обязательно является рационально-логической. Она тоже может носить здраворассудочный, опытный характер, т.е. представлять собой т.н. «наивно-обыденный» способ рассуждений. Здесь самым важным является то, что интуитивным или дискурсивным характером может обладать как оценка информации как правдивой или неправдивой, так и оценка самого эталона действительности. А значит можно говорить о нескольких типах эпистемических оценок в зависимости от того, какого рода эталон лежал в основании оценки и какого типа действием сама оценка. Я предлагаю различие, как минимум, четырех принципиально различных типов оценок, а значит — четырех типов правды по принципу породившей ее когнитивной процедуры:

мнение: интуитивная (эмоциональная или здраворассудочная) оценка, основанная на интуитивном (эмоциональном или здраворассудочном) эталоне;

эмпирическая уверенность / предположение: интуитивная (эмоциональная или здраворассудочная) оценка, основанная на дискурсивном (здраворассудочном) эталоне или дискурсивная (здраворассудочная) оценка, основанная на интуитивном или дискурсивном (здраворассудочном) эталоне;

рациональное убеждение / гипотеза: рационально-дискурсивная оценка, основанная на интуитивном (здраворассудочном) эталоне или же рационально-интуитивная оценка, основанная на рационально-дискурсивном эталоне;

рациональное знание: рационально-дискурсивная оценка, основанная на рационально-дискурсивном эталоне.

Наконец, с точки зрения качественных параметров оценка правдивости может помочь отделить *правду* от *неправды* (ложности), а с точки зрения количественных параметров отличить *правду* (как *истину*, т. е. полную правду) от *правдоподобия* (как частичной правды). Понятно, что ни качественное, ни количественное различие результатов эпистемической оценки в предложенной методологии не носят метафизического или абсолютного характера. Речь лишь о необходимых дистинкциях, позволяющих выработать механизмы для обсуждения проблемы правды. Если еще раз обратимся к субъектному критерию, можно сказать, что то, что с точки зрения одного субъекта (на любом из уровней — личностном, групповом или видовом) определяется как правда или даже истина, с точки зрения другого может быть оценено как неправда или только лишь как правдоподобие.

2. ДЕЯТЕЛЬНОСТНО-ДИСКУРСИВНАЯ ТИПОЛОГИЗАЦИИ ПРАВДЫ / НЕПРАВДЫ

Следующим этапом методологического анализа проблемы правды в антропоцентрическом и реляционистическом ключе является определение опытно-деятельностной, а фактически — прагматической специфики концептуализации данного понятия в различных сферах жизни. Для этого нам понадобится типологическая схема человеческого опыта, выстроенная по принципу преломления двух шкал оценки: эссенциальной (сущностный характер опыта, типологическая вертикаль, на которой все виды опытной деятельности дистрибуированы от наиболее реальных до наиболее виртуальных) и телеологической (целевой характер опыта, типологическая горизонталь, выстроенная по принципу

степени рационального опредмечивания или эмоциональной субъективизации опытной деятельности). В результате все виды человеческой деятельности можно редуцировать до шести основных: *быта, экономической* (хозяйственной) *деятельности, общественно—этической* (политико-идеологической) *деятельности, науки, искусства и философии* (мировоззрения), характеризующихся базовыми ценностями, наиболее релевантными для данной сферы: *витальными, материальными, этическими, познавательными, эстетическими и мировоззренческими* (см. рис. 1).



Рис. 1. Типологическая схема человеческого опыта (сокращенный вариант)

Представленная выше схема двухмерна. Полный вариант данной схемы содержит третье измерение — каузальное (причины и мотивы опытной деятельности), на котором различные опытные действия человека дистрибуируются по принципу нарастания социализации и убывания индивидуализации причин и мотивов. В данном случае этот фактор нерелевантен. Субъектный характер правды был рассмотрен выше.

Несложно заметить, что понятие истины (как полноценной правды и как рационального знания — фальсифицируемого и верифицируемого) здесь прямо соотносено лишь с одной из сфер — научным познанием. Однако это не значит, что для всех остальных сфер человеческой жизни правда как когнитивная функция нерелевантна в принципе. Перед нами типологическая схема, а не классификация, а значит здесь нет жестких границ между сферами. Каждая из перечисленных ценностей в той или иной степени присутствует в каждой из сфер. Сферы различаются лишь степенью релевантности той или иной ценности. В научном познании можно обнаружить не только философское осмысление (методология) или экономическую установку на материальный эффект (прикладные аспекты познания), но и элементы этики (соблюдение научных нравственных принципов) и эстетики (забота о форме презентации знания), а также собственно витальные аспекты (общая установка науки на улучшение качества человеческой жизни). Но все же основной целью и сущностью научной деятельности остается при этом познание правды как рационального знания. Только оно неизменно в научной деятельности.

Зададимся вопросом: нужна ли такая правда (т.е. рационально доказуемая и доказанная истина) в других сферах жизни. В повседневной жизни гарантии выживания нам нужны гораздо больше, чем истина. Вскрытие истины может нам стоить благополучия, здоровья и жизни. Франсуаза Партнорье когда-то сказала: «Правда — это бомба, которая убивает двоих: того, в кого ее бросили, и того, кто ее бросил» [Афоризмы]. Быт — это чисто мифологическая сфера жизни, опирающаяся на привычки, навыки, рутину и веру в обыденный опыт. Правда здесь обычно обретает форму мифологизированной уверенности. Но не будем

забывать, что основной витальной ценностью, которой руководствуется человек в обыденной жизни, является жизненное благополучие. И если истина будет мешать такому благополучию или угрожать жизни, то она, скорее всего, будет проигнорирована или устранена из дискурса и опыта.

В общественно-идеологической сфере по определению правда должна быть подчинена общественному благу. Общественный порядок и идеология требуют прежде всего подчинения власти или, наоборот, ее смены во имя нового порядка. Истина редко помогает этим процессам, поскольку предвидит критицизм и логичность поведения. Напротив, обнародование истины в общественной жизни может вызвать распри, волнения, войны и привести ее сторонников в тюрьму или на эшафот. Правда в этой сфере жизни обычно представляет собой общественный договор чисто эмоционального характера. Американским сценаристам Джонатану Линну и Энтони Джею принадлежит очень точное наблюдение: «В политике слово «правда» означает любое утверждение, лживость которого не может быть доказана» [Афоризмы], которое можно лишь дополнить комментарием, поскольку сторонники этого политика ничего доказывать не собираются, а доказательства противников и так не будут приняты или даже услышаны.

В свою очередь искусство, будучи, по словам Л. С. Выготского, «действительностью добровольной галюцинии» [Выготский 1965: 155], открыто делает ставку на вымысел. Правда в искусстве может касаться лишь соблюдения формально-эмоциональной целостности и связности произведения. В семантическом же или прагматическом плане правда искусству, скорее, вредит и может свести на нет эстетический эффект от его восприятия. Здесь весьма уместно было бы процитировать Марка Твена, который очень точно подметил искусственность

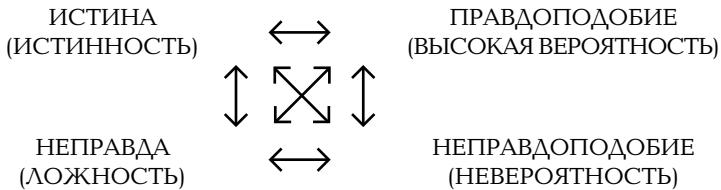
когеренции эстетического правдоподобия: «Правда необычнее вымысла, потому что вымысел обязан держаться в рамках правдоподобия, а правда — нет» [Афоризмы].

Наконец в философии истина понимается просто как одна из обсуждаемых и конституируемых ценностей. Сама же философия индифферентна к истине. Здесь важна позиция философа, его чувство осмысленности мира, жизни или опыта. Философские истины являются таковыми только по названию, поскольку не предвидят ни доказательной базы, ни твердых аргументов, ни даже какой-то устойчивой конвенции. По сути это просто рациональные интуиции или убеждения, а не доказуемое или доказанное знание. В каком-то смысле философская правда это тоже своего рода иллюзия, самообман, больше мечта, чем описание жизни. Очень интересно в этом смысле замечание Мамардашвили о философской правде как правде личностного состояния: «философ имеет дело прежде всего со своим индивидуальным сознанием и, ориентируясь на это сознание, обязан выразить правду своего состояния. А это очень сложно, поскольку такая правда может быть получена, открыта и сообщена другим лишь по законам самой мысли, без привнесения туда чего-то постороннего. Ни предубеждений, ни своих комплексов, ни, с другой стороны, внешне продиктованных желаний кому-то угодить или что-то опровергнуть и т. д. Того, что есть, уже вполне, с избытком достаточно. Дай Бог правду узнать о собственных состояниях, о чем они говорят. А это, повторяю, трудно» [Мамардашвили 1990].

Единственной сферой жизни, которая прямо нацелена на поиск или установление истины именно как рационального обобщенного и аргументированного знания, является наука. В сущности научная истина в гораздо большей степени стремится к рациональной связности

и непротиворечивости, чем к конвенциализации, хотя по сравнению с философией конвенционализм науки несоизмеримо более высок.

С точки зрения науки можно предложить в качестве ключевых эпистемологических категорий такие понятия:



При этом истина – это информация, считающаяся доказанной в данном научном сообществе и обладающая высокой эффективностью в познавательной деятельности, а ложность, соответственно, информация, считающаяся в данном научном сообществе опровергнутой и неэффективной в познавательном отношении. По отношению ко всем остальным сферам жизни по отношению к информации, считаемой правдивой без научных доказательств, гораздо более удобным было бы использование термина «правдоподобие». Соответственно неправдоподобной (невероятной) считалась бы информация, считаемая ложной без каких бы то ни было научных оснований. (Отмечу, что предлагаемая здесь номенклатура не имеет никакого отношения к терминологии математической теории вероятности и математической статистики.) Кроме прямо вытекающих из предложенной схемы оппозиций истины и ложности, истины и правдоподобия, правдоподобия и неправдоподобия, а также ложности и невероятности, возможны еще два типа оппозиций: между кажущимся неправдоподобием и истиной (лежащим в основе парадокса), а также кажущейся правдоподобной ложностью. Эта

последняя может возникать по двум причинам — *синергетическим* (т.е. из-за отсутствия возможности верификации информации) или *кибернетическим* (как следствие целенаправленного введения в заблуждение). В первом случае можно говорить о *мифологизации* информации (от простого ситуативного заблуждения через устойчивую иллюзию вплоть до тотальной веры в неправдивую информацию, обладающую наивысшей степенью правдоподобия, называемой *мифом*). Второй тип формирования правдоподобной, но ложной информации можно назвать *дезинформацией*. Здесь также можно говорить о трех степенях придания ложной информации признаков правдоподобия: ситуативный вымысел, устойчивая симуляция и мистификация как намеренно неправдивая информация, представленная так, чтобы придать ей наивысшую степень правдоподобия.

3. КОММУНИКАЦИЯ И ИНФОРМИРОВАНИЕ: ПРОБЛЕМА ПРАВДИВОСТИ

От собственно эпистемической проблемы правды / ложности или правдоподобия / неправдоподобия, касающейся собственно когниции как процесса порождения и оценки информации, следует отличать проблему информирования как функции коммуникативной межличностной интеракции. Одно — производить информацию, другое — вступать в информационное взаимодействие с другими лицами с целью побудить их к информационным процессам, порождающим у них аналогичной нашей или желаемой нами информации. Когниция является функцией внутреннего опыта человека, коммуникация же — функция опыта внешнего. В этом последнем сложно говорить собственно о правде как таковой, поскольку объектом деятельности здесь является не сама информация,

а сообщения, задачей которых является информирование. Крайне безответственным было бы определять информирование как передачу информации. Информация как различие принципиально не может передаваться. Передать можно энергоматериальный объект, но не различие, которое каждый должен осуществить самостоятельно. Я не могу передать кому-то свое различие понятий, ощущений, эмоций или волевых состояний. Однако у человека есть возможность при помощи семиотических механизмов (в т.ч. языковых) спровоцировать у другого человека сходные информационные процедуры, которые могут привести к возникновению у него сходных различий. В упрощении такая процедура и называется метафорически «передачей информации».

Подобная «передача» информации может носить характер правдивого или ложного информирования, но это не столько связано с понятием правдивости или ложности, правдоподобности или неправдоподобности самой информации, являющейся объектом информирования, сколько интенций и возможностей отправителя и получателя. Если интенцией отправителя является воздействие на получателя с целью побуждения его к формированию информации, аналогичной его собственной, а целью получателя является порождение именно такого рода информации, и если информационные возможности обоих сходны, результат такого акта информирования может быть вполне удачным, а само информирование такого рода может быть названо правдивым.

Однако далеко не всегда информирование осуществляется с соблюдением именно таких условий. Польский социокибернетик Мариан Мазур в свое время описал несколько видов неудачного или ложного информирования, часть из которых носит непреднамеренный,

а часть — преднамеренный характер. Речь идет о *параинформировании, псевдоинформировании и дезинформировании*, противопоставленных Мазуром т.н. трансинформированию (т.е. правдивому информированию) [Мазур 1974].

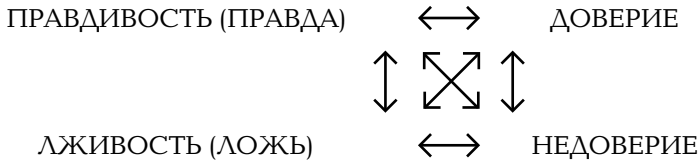
Параинформирование — это непреднамеренное неудачное информирование, вызванное различиями информационных возможностей и интенций отправителя и получателя. Мазур выделяет два типа параинформирования: симулятивное и диссимулятивное. Первое можно еще назвать *сверхинтерпретацией*. Она состоит в приписывании получателем сообщению отправителя информации, которая отправителем не предвиделась. Вторая же возникает из недопонимания получателем той неявной информации (параинформации), которую отправитель целенаправленно закодировал в своем сообщении. Обычно это возникает из-за недоинформированности получателя.

Псевдоинформирование, являющееся непреднамеренно-ложным информированием, состоит в том, что по разным причинам отправитель так неудачно формирует свое сообщение, что не дает возможности получателю адекватно его интерпретировать. Так же, как и в предыдущем случае, оно может быть симулятивным (избыточным) или диссимулятивным (недостаточным). В первом случае можно говорить о плеонастическом сообщении, преисполненном «информационного шума», многочисленных повторов и ухода от темы (из-за неумения формировать сообщения и поддерживать коммуникацию), создающим скорее иллюзию информирования, чем собственно являющимся информированием. Во втором случае, напротив, сообщение так общо и неконкретно, что значительная часть информации остается просто несообщенной.

Наконец преднамеренно-ложный характер носит упоминавшееся выше дезинформирование. Симулятивным

можно считать дезинформирование, в ходе которого отправитель целенаправленно вводит получателя в заблуждение, создавая избыточную и заведомо ложную информацию, симулируя правдивую информацию, формируя информационные мистификации (фейки), преднамеренно множа идентичные сообщения (флуд), провоцируя ненужные споры и агрессию (флейм, троллинг). Диссимулятивным же дезинформированием является преднамеренное сокрытие информации, утаивание, преднамеренный уход от темы (оффтоп).

Таким образом, вместо проблем правды / неправды или правды / правдоподобия, с которыми мы имеем дело в актах когниции, здесь перед нами встает проблема правдивости или неправдивости (лживости) сообщений, а значит в схеме информирования следует не столько учитывать дискурсивно-деятельностный фактор, сколько позиционирование отправителя и получателя:



Понятно, что нормативными отношениями здесь могут считаться доверие получателя к правдивости отправителя и недоверие к его лживости. Но возможны здесь и более сложные типы позиционирования получателя, например, полная доверчивость (наивность), предполагающая доверие к лживости, подозрительность как недоверие к правдивости, критицизм как рациональное сдерживание доверия и недоверия или же скептицизм (вплоть до нигилизма) как тотальное недоверие к любой сообщаемой информации.

4. ПРОБЛЕМА ПОСТПРАВДЫ КАК КОММУНИКАТИВНОЙ ФУНКЦИИ

Обсуждаемая здесь проблема постправды, по моему глубокому убеждению, не имеет отношения к собственно правде как эпистемической функции, а должна рассматриваться именно в русле концепции информирования, причем не любого, а именно массового информирования в медиасфере в условиях становления информационного общества. Следовательно понимание сущности постправды требует хотя бы поверхностного определения черт и тенденций информационного общества.

Информационное общество

В постиндустриальную эпоху с ростом значимости информационного обеспечения всех без исключения сфер жизни, доступности информации, появления медийных возможностей обеспечения массового информирования и массовой коммуникации, а также превращения информации в товар, а коммуникации в полноценную сферу экономики, а самое главное — с ростом уровня глобальности информационного взаимодействия в наиболее развитых странах, а иногда и в странах с довольно низким уровнем жизни начались процессы формирования т.н. информационно-потребительского общества. Причины появления и сущность этого явления сейчас являются объектом огромного количества исследований [см. напр., Иванов 2000, Bliźniuk, Nowak 2005, Stefański, Zamojski 2010, Гольдгамер 2013, Костина 2015, Швецов 2015]. Поэтому вкратце только представлю наиболее важные тенденции, господствующие в информационном обществе, имеющие прямое отношение к интересующему нас понятию постправды.

1. Виртуализация всех сфер жизни и симуляция реального опыта.

2. Семиотизация (медиаотизация) когниции и медиализация коммуникации.
3. Синергетизация (популизация) информации и эклектическая гомогенизация коммуникативно-информационного пространства.
4. Стереотипизация (стандартизация) и мифологизация информации.
5. Коммерциализация (консумеризация) опыта и людизация информирования (инфотейнмент).

Виртуализация и симуляция реального опыта

Происходит качественное изменение удельного веса спекулятивной информации в общественной коммуникации в сторону ее полного доминирования над опытной. Все чаще спекулятивная информация представляется в масс-медиа как опытная, фикция позиционируется как факт, ложность — как правдоподобие, а правдоподобие как научная истина (со ссылкой на неких ученых). Точно так же модальная информация не только начинает доминировать над вещественной (предметной), но и нередко выдаваться за вещественную. Все более частым явлением становится активное продвижение в общественный дискурс мистификаций, фейков, выдумок, а в общественное сознание активно внедряются мифы, иллюзии и вымыслы. Сбор и сообщение новостей зачастую заменяется их созданием самими журналистами (news-making). Рейтинговая, опросная, статистическая и вообще количественная информация, носящая вторичный характер, представляется как факты о действительности. В общественной жизни место реальных натурфактов часто занимают симулирующие их артефакты (макеты), место оригинальных артефактов — их копии, заменители, подделки или семиофакты (рассказы о них, репродукции, фотографии), место

фотографий — фотошоп, место документа — моксиомента и другие искусственные симуляции факта (пранкинг, режиссированные реалити-шоу и ток-шоу, PR-акции, симулирующие спонтанность и естественность отношений). В быту нормой стала эстетическая медицина. В искусстве все более заметным явлением становятся каверы, ремиксы, римейки. Дизайн из производственной эстетики постепенно переходит в сферу собственно искусства. Жизнь в сети многим начинает почти полностью заменять реальную жизнь. Получатель массовой информации или участник массовой коммуникации в подавляющем большинстве случаев не в состоянии верифицировать информацию и оценить ее правдивость. Одним из ключевых свойств «постправдивой» информации является невозможность ее проверки.

Медиатизация и медиализация

Происходит замена оборота собственно информации оборотом почти не интерпретируемыми сообщениями. Огромное количество разнородных (в первую очередь мультимедийных) сообщений и высокий темп коммуникации ведет к смешиванию информации с коммуникацией (когниции с семиотикой). Сообщения целенаправленно позиционируются как информация (можно вспомнить известный слоган Маршалла МакЛюэна «The medium is the message»). Сообщения воспринимаются на своем поверхностном (содержательном, стандартизированном) уровне. Параинформирование становится нормой оборота информации. Непосредственно-контактная и устная коммуникация заменяется опосредованной (телекоммуникация), натуральная межличностная коммуникация все чаще вытесняется искусственно-популяционной (социальные сети, фактор присутствия в сети, фолловинг, лайки, хэштеги,

эмотиконы), в свою очередь, групповая (социопсихологическая) и этнокультурная коммуникация глобализируется (а в силу доминирования американо-английского языка — американизируется). Возникает феномен автокоммуникации, симулирующей социальное общение (видеоигры, стратегические игры). Постправда фактически неразрывно связана с самими сообщениями, т.е. с семиотической формой информации, которой она касается.

Синергетизация (популизация) и эклектика

Происходит все большее доминирование популяционной (групповой) правды над индивидуальной (личностной). Парадоксально рост индивидуальных возможностей выбора коммуникативных источников информации (Интернет, множество теле- и радиоканалов, грейзинг, сетевой серфинг) и плюрализация источников информирования ведут не к индивидуализации информационного пространства, а к его все большему формально-семантическому и прагматическому однообразию, т.е. к гомогенизации картин мира участников масс-медийного дискурса. Информационное многообразие поступающих к участнику массовой коммуникации сообщений обычно им сознательно и критически не селекционируется и не структурируется, а, напротив, объединяется в мозаичное, эклектическое когнитивное пространство, по отношению к которому практически невозможно применять ни процедур семантического или прагматического упорядочивания информации, ни процедур ее эпистемической оценки. Создается лишь *иллюзия информационного плюрализма*. Эклектизация коммуникативно-информационного пространства, в свою очередь, ведет к доминированию псевдоинформирования над успешным информированием, возрастанию уровня парайнформирования обоих типов

(как свержинтерпретации, так и недопонимания). Все это ведет к эффекту т. н. *информационного хаоса*. Усреднение уровня восприятия массовых сообщений («информационный спрос») неминуемо порождает такое же усреднение информации со стороны субъектов массового информирования. А поскольку наиболее общей и массовой формой человеческого опыта является быт, именно бытовые, витальные темы становятся доминирующими в массовой коммуникации (сплетни об известных людях, «бытовуха», «грязное белье», секс, преступления, сенсации, конфузы, но также — повседневная жизнь, мелочи жизни, частная жизнь участников массовой коммуникации, выставленная напоказ и на всеобщее обсуждение — зуммирование, лайфстриминг). Создается обманчивое *впечатление всеобщей открытости и искренности*. Даже массовое увлечение вскрытием в масс-медиа политических заговоров, государственных тайн и секретов спецслужб различного рода киберреволюционерами (WikiLeaks, FaithLeaks), не выходят за пределы постправдивой информации, поскольку их верификация и когнитивная оценка массовым пользователем Интернета практически невозможна. Они просто включаются в общий информационный шум и растворяются в общем информационном поле массовой коммуникации. Информация, появляющаяся в массовой коммуникации, именуемая «постправдой», является обычно принципиально неverifiedируемой и нефальсифицируемой, т.к. она усреднена, эклектична и актуализированно-конкретна.

Стереотипизация и мифологизация

Понятно, что эклектическая и популизированная (натурализированная) информация по определению должна опираться на механизмы эмоциональной или

здраворассудочной интуиции и ее правдоподобие носит обычно характер мнения или нерационального убеждения. В массовой коммуникации происходит замена дискурсивных оценок интуитивными. Если даже появляется здесь рациональная правдоподобная информация, то обычно не в форме знания, а в форме убеждения, хотя и это бывает редко, поскольку над рациональными убеждениями в медиасфере доминируют здраворассудочная уверенность и опытные обыденные знания, да и они обычно уступают чисто эмоциональному мнению. Уровень критицизма в общественном опыте существенно снижается, уступая либо массовой доверчивости к сообщениям, либо (гораздо реже) — полному информационному нигилизму. Средний участник массовой коммуникации не только не имеет возможности, но часто не способен и не желает верифицировать т.н. «постправдивую» информацию, принимая ее в качестве мифа. Мифологизация и стереотипизация коммуникативной информации в результате ведет к коммуникативному автоматизму (ретвитинг, мультиплицирование сообщений методом «копируй и вставь», общение мемами, цитатами, прецедентными высказываниями и текстами). Вместо поиска оригинальной информации в системе обучения массовым явлением становится чтение брифли и рефератов. Это же явление охватило и науку (индексирование публикаций, индекс цитирования как показатель научности, стандартизация исследований, требований к научным работам, обязательность обзоров публикаций и ссылок на них даже в тех случаях, когда они не имеют отношения к данному исследованию и т.д.). Все это мифологизирует информацию и создает лишь *видимость информирования и познания*. Крайним случаем мифологизации медиасферы являются становящиеся новыми цивилизационными болезнями

медиа– и *инфозависимость*. Массовая коммуникация таким образом начинает заменять жизнь.

Потребительство и людизация

Второй стороной постиндустриального развития общества является его коммерциализация, обретающая в информационном обществе характер потребительства, в т. ч. и информационного. Здесь можно говорить о двух тенденциях: с одной стороны, информация, становясь товаром, обретает все свойственные ему маркетинговые черты и нуждается, как всякий товар, в рекламе и продвижении, с другой — потребитель информации начинает трактоваться как клиент (который всегда прав), но при этом сам не способен выбрать нужный ему товар, что требует от «продавца» массовых сообщений «бережного» отношения к недалекому и настроенному на получение удовольствий Homo Ludens. В результате в сфере массовых коммуникаций наблюдаются тенденции к росту уровня дезинформирования (для придания публичной информации «товарного» вида) и псевдоинформирования (для упрощения восприятия массами публичной информации). Информирование в непритязательной и незатруднительной форме, соединенное с развлечением, обрело вид инфотейнмента и породило феномен таблоидизации медиасредств. Впрочем, сам потребитель информации также не «отстает» от субъектов информирования, активно проявляя типичные черты консумпционистского поведения, занимаясь самобрендингом, переходит от подглядывания частной жизни звезд (скрытая камера, папарацци) к активному участию в медиадискурсе (информационный «экспрессионизм», стриминг, блогерство, участие в передачах вроде «Сам себе режиссер», в реалити-шоу и ток-шоу). Потребительство и людизация инфорпространства в симбиозе

с синергетизацией массовой коммуникации породила моду на дилетантизм, который оказывает духовную поддержку «обычному» человеку, создавая у него иллюзию, что «он тоже так может» («Танцуют все», «Танцы со звездами», «Ледниковый период», «Звезды в цирке», «Минута славы» и под.). Таким образом, последней релевантной чертой т. н. «постправдивой» информации является ее потребительско-развлекательный и легко усваиваемый характер.

Подводя итог сказанному, можно определить постправду как адресатную информацию, производную чаще всего правдоподобного, неудачного или ложного информирования в сфере массовой коммуникации. По предметному основанию постправда редко имеет отношение к истине (как рациональному знанию), в культурно-цивилизационном аспекте постправда — это функция массового информирования в постиндустриальном обществе. Ей свойственны симулятивность, медиальность, синергетизм, эклектичность, стереотипность, мифологичность и потребительство. Можно задавать вопрос, какое отношение имеет «постправдивая» информация к правде, однако этот вопрос нерелевантен для самой этой информации как общественно-коммуникативной функции. Даже если «постправдивая» информация правдоподобна или правдива, это не меняет сути дела. Это информация, которую ее потребитель не может, не способен, не желает и не должен эпистемически оценивать как правдивую или неправдивую. Его задача потреблять ее как продукт массовой коммуникации.

Литература

1. Bliźniuk, G., Nowak J.S. (red.) Społeczeństwo informacyjne, Katowice: Polskie Towarzystwo Informatyczne Oddział Górnośląski, 2005.
2. Stefański, R., Zamojski, A. (red.) Współczesny człowiek w społeczeństwie informacyjnym: egzystencja – ideologia – moralność, Toruń-Kielce, 2010.
3. Афоризмы и цитаты о правде, в: Цитаты и афоризмы, <http://citaty.su/aforizmy-i-citaty-o-pravde> (доступ: 23.05.2018)
4. Выготский, Л.С. Психология искусства, Москва: Искусство, 1965, 379 с.
5. Гольдгамер, Г.И. Информационное обеспечение исследований и разработок, Советское радио, 2013, 352 с.
6. Иванов, Д. Виртуализация общества, СПб.: Петербургское Востоковедение, 2000, 96 с.
7. Кант, И. Прологомены ко всякой будущей метафизике, могущей появиться как наука, в: Сочинения в шести томах. Москва, 1965, т. 4, ч. 1, с. 67 – 210.
8. Кант, И. Критика чистого разума, в: Кант И. Сочинения на немецком и русском языках, Москва: Наука, 2006, т. 2., ч. 1.
9. Костина, А.В. Конструктивный социальный потенциал массовой культуры. Специфика проявления в информационном обществе, М.: Ленанд, 2015, 256 с.
10. Лещак, О. Основы функционально-прагматической теории языкового опыта: аналитика, критика, типология, Тернополь: Підручники і посібники, 2008, 231 с.
11. Мазур, М. Качественная теория информации, М.: Мир, 1974, 239 с.
12. Мамардашвили, М. К., Пятигорский, А.М. Символ и сознание. Метафизические рассуждения о сознании, символическом языке, М.: Языки русской культуры, 1997, 214 с.

13. Мамардашвили, М. Как я понимаю философию, в: Доклады, статьи, философские заметки, М.: Прогресс, 1990, http://www.koob.ru/mamardashvili/kak_ya_ponimayu_filosofiyu (доступ: 6.04.2006).

14. Швецов, А. Н. «Информационное общество». Теория и практика становления в мире и в России, М.: Кранд, 2015, 280 с.

The article is devoted to the meta-logical analysis of the concepts of truth and post-truth from the point of view of the functional-pragmatic (anthropocentric and relational) methodology. The concept of truth is defined in the work as an epistemic evaluation of information carried out in acts of thought. The author distinguishes the concept of information as a function of cognition and the notion of informing as a function of communication. Post-truth is postulated as a targeted evaluation function of informing in mass communication, which is characteristic of postindustrial information society. The article considers the main features of information that can be evaluated as a post-truth.

Key words: cognition. truth, verisimilitude, mass communication, post-truth, information society.

Literature

1. Bliźniuk, G., Nowak J.S. (red.), Społeczeństwo informacyjne, Katowice: Polskie Towarzystwo Informatyczne Oddział Górnośląski, 2005.

2. Stefański, R., Zamojski, A. (red.) Współczesny człowiek w społeczeństwie informacyjnym: egzystencja – ideologia – moralność, Toruń-Kielce, 2010.

3. Aforizmy i cytaty o pravde, v: Cytaty i aforizmy, <http://citaty.su/aforizmy-i-citaty-o-pravde> (доступ: 23.05.2018)

4. Vygotskii, L.S. Psihologia iskusstva, M.: Iskusstvo, 1965, 379 s.

5. Goldgamer, G.I. Informacionnoe obespechenie issledovaniy i razrabotok, M.: Sovetskoe radio, 2013, 352 s.

6. Ivanov, D. Virtualizaciia obshchestva, SPb.: Peterburgskoe Vostokovedenie, 2000, 96 s.

7. Kant, I. Prolegomeny ko wsiakoi budushchei metafizike, mogushchei poiavitsia kak nauka // Sochineniia v shesti tomakh, M.: 1965. — t.4, ch. 1, s. 67 — 210.

8. Kant, I. Kritika chistogo razuma, v: Sochineniia na nemetskom i russkom iazykakh, M: Nauka, 2006, t. 2. ch. 1.

9. Kostina, A.V. Konstruktivnyi socialnyi potentsial massovoi kultury. Spetsifika proiavleniia v informacionnom obshchestve, M.: Lenand, 2015, 256 s.

10. Leshchak, O. Osnovy funkcionalno-pragmaticheskoi teorii iazykovogo opyta: analitika, kritika, tipologiya, Ternopol: Pidruchnyki i posibnyki, 2008, 231 s.

11. Mazur, M. Kachestvennaia teoriia informacii, M.: Mir1974, 239 s.

12. Mamardashvili, M. K., Piatigorskii, A.M. Simvol i soznanie. Metafizicheskie rassuzhdeniia o soznanii, simvolike i iazyke, M.: Iazyki russkoi kultury 1997, 214 s.

13. Mamardashvili, M. Kak ia ponimau filosofiiu, v: Doklady, statii, filosofskie zametki, M.: Progress, 1990, http://www.koob.ru/mamardashvili/kak_ya_ponimayu_filosofiiu [6.04.2006].

14. Shvetsov, A. N. «Informatsionnoe obshchestvo. Teoriia i praktika stanovleniia v mire i v Rossii, M.: Krasand, 2015, 280 s.

Адрес электронной почты автора:

olegleszczak@o2.pl

КАТАЖИНА НОБИС-ВЛЯЗЛО

Польша, Университет Яна Кохановского в Кельце

Правда, неправда и постправда в количественном измерении

Целью данной работы является представление роли, выполняемой категорией количества в процессе порождения правды, неправды и постправды в разного типа дискурсах с точки зрения функционально-прагматической лингвистики. Анализу подвергаются два типа дискурсов — научный и общественный. В научном дискурсе количество вовлечена в познавательный процесс и служит орудием формирования аргументированного знания. В общественно-политическом дискурсе количество используется как научный инструмент, которому свойственна четкость и тщательность. Поскольку этот дискурс преследует основную цель — воздействие на общество, то семантика количества используется с учетом не всех фактов, а только тех, которые способствуют воздействию или манипуляции.

Ключевые слова: правда, постправда, количественность, язык

Категория количества и количественности является неотъемлемой частью человеческой картины мира, пронизывая в разной степени все слои информационного и вербального опыта. В данной работе исследуется роль, выполняемая количественностью (а также ее характер,

способ и интенсивность использования) в процессе создания информационного эффекта правды, неправды и постправды в научном и общественном типах дискурса в пределах функционально-прагматической лингвистики. Эти дискурсы относятся, согласно теории О.В. Лещака, к человеческому опыту, который можно типологизировать по трем шкалам: «реальный — виртуальный», «рациональный — эмоциональный» и «публичный (внешне мотивированный) — индивидуально-психический (внутренне мотивированный)». Таких сфер оказывается всего шесть — это: быт, экономическая жизнь, этико-политическая жизнь, наука, искусство и философия [Leszczak 2008: 181].

Правду мы будем понимать не в классическом ключе как адекватное отображение действительности, существующей как объективная реальность, а с прагматической точки зрения, высказанной Уильямом Джеймсом, который выступал против абсолютизации трактовки истины как «соответствия» действительности [James: 150]: Действительность не есть что-то готовое и законченное, она находится в процессе постоянного становления и ожидает своего завершения, в том числе и от будущего. Джеймс отмечает также, что «истина какой-нибудь идеи — это не какое-нибудь неизменное неподвижное свойство, заключающееся в ней. Истина случается, происходит с идеей. Идея становится истинной, делается благодаря событиям истинной. Ее истинность — это на самом деле событие, и именно процесс ее самопроверения, ее проверки. Ее ценность и значение это процесс ее подтверждения [James: 152].

Таким образом, «истина — то, что «работает», имеет практические последствия, отвечающие нашим потребностям», а следовательно, истина тождественна полезности (в неутилитарном смысле этого понятия). Истинными

могут считаться лишь те интеллектуальные конструкции, которые помогают нам действовать в соответствующей сфере жизни. «Всякая идея, помогающая нам оперировать, теоретически или практически, с известной реальностью или с тем, что к ней относится, идея, не выводящая нас при нашем движении вперед в заблуждение, но фактически содействующая нам в приспособлении нашей жизни ко всей обстановке действительности, — подобная идея в достаточной мере соответствует действительности. Ее можно рассматривать, как истинную по отношению к этой действительности» [James: 160]. Джеймс неоднократно подчеркивает также тот факт, что правда зависит от человека, от 'его точки зрения'.

О категории количества можно говорить в широком смысле как о некоем способе понимания и описания действительности человеком, но понимаемой как объект его опыта. Для данной категории характерна ее связь с качеством (качественностью) — другой, не менее важной философской категорией, которая используется как некая определенность предмета, совокупности его свойств, и которая позволяет отличить его от других предметов [Кант 1994, 3: 194]. То, каким образом люди пользуются этими двумя основными категориями в значительной степени влияет не только на способ мышления человека, но также позволяет рассуждать о мировоззрении данного общества. В узком смысле под количеством мы будем понимать определенность предмета со стороны степени развития его свойств (величины, объема, числа, скорости движения, интенсивности цвета и т. п.).

Итак, в научном дискурсе, в котором количественность вовлечена в познавательный процесс и служит орудием формирования аргументированного знания, эта категория носит чисто теоретический (спекулятивный)

или описательный (аналитический) характер. Как писал И. Кант, «в любом частном учении о природе можно найти науки в собственном смысле лишь столько, сколько имеется в ней математики» (Кант 1994, 4: 251). Философ обращает внимание на значение количественных понятий, которое заключается в их отвлеченности, и, следовательно, возможности их использования во многих областях науки. Согласно его мнению «математика конструирует не только величины (*quanta*), как это делается в геометрии, но и величину как таковую (*quantitas*), как это делается в алгебре, совершенно отвлекающейся от свойств предмета, который должно мыслить согласно такому понятию величины. Она избирает себе при этом определенные обозначения для всех конструирований величин вообще (чисел), каковы сложение, вычитание, извлечение корня и т.д.; затем, обозначив общее понятие величин в их различных отношениях, она изображает в созерцании соответственно определенным общим правилам все операции, производящие и изменяющие величину; когда одна величина должна быть разделена другой, она соединяет их знаки по обозначающей форме деления и т.п. и таким образом с помощью символической конструкции, так же как геометрия с помощью остенсивной, или геометрической, конструкции (самих предметов), достигает того, чего дискурсивное познание посредством одних лишь понятий никогда не может достигнуть» [Кант 1994, 3: 530]. Таким образом математика представляет собой своеобразную метадисциплину, которая вырабатывает для остальных наук о природе, (прежде всего естественных и технических), формулы, на основе которых можно представлять проблемы, стоящие перед ними, в лаконичной и точной форме.

Ее роль сводится не только к количественному описанию свойств *res extensa*. Она также устанавливает границы

распространения компетенции других наук и является мерой пределов, в рамках которых бытуют данные области.

В науке центральную позицию занимает понятие объективизма, правды, непосредственно связанное с понятием верифицируемого и фальсифицируемого знания. Любая теория должна быть не только внутренне когерентна (что составляет сущность любой целостной концепции), но и внешне конвенциональна, т. е. социально проверяема и доказуема [Leszczak 2010: 291 – 304]. А поскольку наиболее важным в научном дискурсе является стремление к передаче точной и ясной информации за счет формы выражения данного смысла, то нередко оказывается, что в научном дискурсе числа (которым свойственна точность и однозначность), а также сопутствующие им понятия величины и меры играют существеннейшую роль в объективизации результатов исследования. Это касается не только естественных или технических, но в значительной степени также общественных и гуманитарных наук.

В каждой из научных дисциплин может быть обнаружена своя специфика использования количественных понятий и реализующих их лексических единиц.

Количественный фактор играет ключевую роль прежде всего в идеографических науках, которые ограничиваются изучением (установлением и описанием) индивидуальных событий и фактов. Для этого необходимо поместить данное единичное явление в определенное время и пространство, а затем можно в нем найти количественные характеристики и оценить его.

Следует также оговорить роль количественности в общественных науках, таких как социология, экономика, демография, политология, и т.д. Их современное развитие трудно представить без учета статистического анализа (основанного на тех же количественных положениях).

Применение статистических методов способствует выражению не только количественных закономерностей в определенных условиях, но помогает также в более широком смысле выполнять данными науками требования объективности, доказательности и верифицируемости, и в конечном итоге истинности.

Нередко можно наблюдать смешение научного и общественно-политического видов деятельности. Последний преследует единственную цель — воздействовать на взгляды и общественное поведение, при этом использует верифицируемые инструменты научного дискурса, учитывая не все факторы, а только те, которые способствуют эмоциональному воздействию или манипуляции. Таким образом постправда выдается за правду.

Итак, та же статистика, использующая количественные данные в разного типа дискурсах может ставить перед собой совсем отличную цель, чем быть орудием для создания правдивой информации. Кстати, даже в науке следует помнить о том, о чем говорил Джеймс, что истина зависит от людей и их целей. И в этом смысле статистические данные собирают люди и они же выбирают, что считать, как считать, какими результатами делиться и каким образом их интерпретировать. Таким образом, статистика может использоваться как орудие создания постправды. Как сказал Бернارد Шоу, «Если мой сосед бьет свою жену ежедневно, а я не бью ее никогда, то в свете статистики мы оба бьем ее через день».

И это как раз пример, в котором используется среднее арифметическое, но в статистике используют различные виды средних величин и среднее может выражаться также при помощи медианы и моды. Различные способы проводить статистические исследования дают возможность представлять результаты этих исследований по-разному

в зависимости от преследуемой цели. Для определения способа манипуляции при помощи статистики был введен Дареллом Хаффом термин статистикуляция [Хафф].

Влияние категории количественности на формирование постправды имеет существенное значение в различных формах публичного дискурса, которому, по словам О.В. Лещака, «свойственна эмоциональность, иррациональность и порой даже мифологизация. Это прямо вытекает из такого явления, как виртуализация современной общественной жизни, которая представляет собой замещение реальности ее симуляцией / образом — не обязательно с помощью компьютерной техники, но обязательно с применением логики виртуальной реальности» [Leszczak 2010: 448]. Общество, в котором наблюдается существенный рост виртуализации жизни в сферах экономики, политики, науки, культуры и искусства, а также в бытовой сфере, О. Лещак и С. Лещак называют «информационным обществом» (второй существенной чертой такого общества авторы считают консьюмеризацию, потребительское отношение к жизни, в т.ч. утилитарное отношение к самой информации) [Leszczak, Leszczak 2007]. Очень важное место во всецарствующей виртуализации занимает использование количественных понятий и количественного способа мышления.

Все чаще количественность влияет на связи внутри сообщества. Раньше мериллом интеллекта человека в общественном дискурсе была оценка другими людьми его достижений и, прежде всего, его поступков. В настоящее время интеллект человека все чаще определяется с помощью специальных тестов IQ, рассчитанных на оценку мыслительных способностей, а не уровня знаний, в которых проверяется количественная оценка уровня интеллекта человека относительно уровня интеллекта среднестатистического человека того же возраста.

Другим актуальным примером количественного аспекта, иллюстрирующим явление постправды в социальных отношениях, служит популярность, которая определяется количеством полученных «лайков» и «репостов» в социальных сетях. Это свидетельствует о постепенной виртуализации общественной жизни, что приводит к упрощению мышления пользователей, заинтересованности в общественном одобрении декларируемой постправды, жесткой борьбе за популярность.

И еще один пример — восприятие человека как определенного номера. В банке человек нужен не как Иванов или Ковальский, а как некий ряд цифр, обозначающий номер счета; схожая ситуация имеет место, например, на приеме у врача, где пациент — это определенный номер в очереди, регистрационный номер в общегосударственной системе регистрации, болезнь которого также определяется каким-то номером в единой системе.

Очень часто в медийно-публичном дискурсе мы имеем дело с постправдой, представляемой в формате, когда счету подвергается что-то принципиально неисчислимое или измеряется принципиально неизмеримое (как, например, информация в ее гуманитарном и бытовом понимании). Целью такой процедуры в публичных высказываниях может быть попытка произвести впечатление создания нового качества посредством количества. Примерами использования слов в таком значении могут быть фразы типа: я уверен на 80%; врач сказал, что на 70% это свиной грипп; первая любовь на 99% несчастна; любовь на 95% складывается из труда и только на 5% — из удовольствия; успех — на 90% — труд, 10% — решительность, риск, доброжелательность, уверенность в себе, целеустремленность, удача и везение; 50% права на жизнь; 90% успеха на выборах обеспечивает сам кандидат.

Количественный аспект посправды зачастую используется в политическом дискурсе, например: разного типа рейтинги и статистические данные, которые в зависимости от обстоятельств применяются либо для собственной пользы, либо (или скорее всего, одновременно) для того, чтобы нанести вред сопернику. Очень часто рейтинги и статистические данные — это только повод для получения какого-то числа, которое является основой в следующем, созданном для манипуляции тексте.

Использование рейтингов как в вербальной (текстовой), так и в невербальной (изобразительной) форме для представления информации позволяет, с одной стороны, придать статистическим данным наглядность и выразительность, облегчить их восприятие, тем самым предоставляет огромные возможности для наиболее выразительной демонстрации явления или процесса. С другой стороны, наглядно изображенные графики, даже построенные на основании точных данных, деформируются таким образом, чтобы представленными с их помощью результатами можно было бы манипулировать сознанием невнимательных.

Одним из методов, используемых при манипуляции рейтингами, является употребление в их представлении перспективы, которая искажает пропорции и форму данного объекта (в этом случае графического изображения определенных данных) при их визуальном наблюдении. Определенный графический образ можно представить в разных формах, например, столбиков, секторов, фигур, кругов и т.д. Очень популярными являются т.н. секторные диаграммы, в которых идея целого наглядно выражается кругом, представляющим всю совокупность. Эффект манипуляции при построении такой визуализации достигается посредством представления в пространстве. При круговой диаграмме, представленной в обычном виде,

в котором используются только два измерения, части круга представлены точно, без каких-либо искажений. При построении круговой диаграммы в технике 3D, ее углы должны быть искажены для создания эффекта трехмерного пространства. Данные, изображенные сверху, кажутся меньше, а представленные снизу — больше, поскольку в процессе восприятия последних учитывается еще один фактор, а именно третье измерение.

В свое время такой метод был использован для графического представления доли рынка фирмы Apple, часть которой занимает в графическом виде больше места, чем часть, относящаяся к другим фирмам.

Иным способом использования графиков в целях манипуляции может быть представление их в форме двуразмерных столбиков, но изображенных без соблюдения равновесия, пропорциональности между осями координат, или расположенных между сравниваемыми объектами, что в итоге ведет к неправильному отображению определенных числовых данных.

Например, «если масштаб для шкалы на оси абсцисс очень растянут по сравнению с масштабом на оси ординат, то колебания в динамике явлений мало выделяются, и наоборот, увеличение масштаба по оси ординат по сравнению с масштабами на оси абсцисс дает резкие колебания» [Минашкин]. Такой метод помогает представить определенные явления либо путем преувеличения (опять в чисто графическом виде), либо сглаживания различий между ними.

В качестве примера несоблюдения соразмерности столбиков можно представить, например, рейтинги политиков перед выборами, в которых нарушается пропорциональность изображаемых величин для достижения определенного эффекта: представить себя в наилучшем свете и одновременно победить соперников.

(источник: Sondaż: Główne partie utrzymują swoje pozycje, в: tvn24, <http://www.tvn24.pl/wiadomosci-z-kraju,3/sondaz-glowne-partie-utrzymuja-swoje-pozycje,162293.html> [15.04.2018])

Примером может служить также представление журналистами на первом канале Польского телевидения расходов связанных с премированием сотрудников представителями нынешней и предыдущей власти. Согласно данным партия Гражданская платформа потратила на премии 625 миллионов злотых, в то время как Право и справедливость только 1,5 миллиона.

(источник: TVP porównuje nagrody za rządów PO i PiS. Ostra reakcja opozycji, в: RadioZet, <https://wiadomosci.radiozet.pl/Polska/TVP-porownuje-nagrody-za-rzadow-PO-i-PiS>. — Ostra-reakcja-opozycji [15.04.2018]).

Мало кто задумывается над тем, что в этих примерах реализуется принцип, в котором используется сам вид цифры (как репрезентанта числа), а в целом данные при построении рейтинга используются бессистемно. В первом примере речь идет о премировании всех государственных служащих в течение 8 лет правления партии Гражданская платформа, а второй пример показывает размер единовременного премирования нескольких правительственных министров. Приводимые величины должны быть сопоставимы, однако на деле это правило нарушается, что ведет к бессмысленности дальнейших исчислений, но успешно служит основанием для манипулятивных выводов авторов подобных текстов.

В основе манипулирования числами всегда лежит идея создания этико-эстетического, эмоционально-волевого образа числа, отвлеченного от точных (понятийных) количественных данных.

Еще один пример — это заголовки в СМИ. Они подводят читателя непосредственно к тексту и сообщают суть материала, а удачный заголовок часто определяет решение прочитать весь материал или пропустить его. Таким образом, использование количественных слов в заголовке имеет значение в контексте манипуляции, поскольку они распространяют свою «объективность», т.е. «истинность» и на текст, который его сопровождает. К этому следует добавить, что обычно количество, выраженное при помощи цифр или числительных, имеет мало общего или вовсе не связано и с самим текстом (и тогда целью манипуляции является привлечение внимания, попытка заинтересовать, склонить к дальнейшему чтению), и с действительностью. Цифра, напечатанная в газете, задерживает на себе внимание. Она бросается в глаза и выдвигает на первый план не содержательную информацию, а образ, относящийся к количественной характеристике явления. Например,

Больше 50 процентов россиян умирают от инсульта, Из России вывели еще 50 млрд., В «Речнике» снесли уже десять домов; Вулкан пустил пыль в глаза: Сотни москвичей обратились к врачам с жалобами на ухудшение зрения из-за вулканического пепла; КУРС НА ВОСТОК! Путин одобрил создание в России 5000000 рабочих мес; Стабильная только 1/6 планеты.

Количество появляющейся ежедневно в медиа-информации прямо пропорционально стереотипности и иррациональности мышления человека.

Сколько раз находя заголовки типа: 5 способов борьбы со стрессом, 7 эффективных способов убрать живот и бока, 5 лучших способов выучить английский язык, 10 хороших советов на все случаи жизни, 2 метода как найти хорошую работу, 6 простых правил как найти мужчину своей мечты,

Как стать богатым и успешным с нуля — 7 простых шагов к богатству для тех, кто хочет обрести финансовую свободу и жить жизнью своей мечты! мы кликали с надеждой найти простой рецепт, который решил бы все наши проблемы. Такое явление способствует эффективности техник манипуляции и весьма характерно для информационно-потребительского общества в контексте феномена постправды. За ним стоит отсутствие склонности к размышлениям и пассивность населения. В этой связи возникает вопрос: зачем думать самому, если другие (скорее всего более компетентные и специально подготовленные) люди сами за нас думают и дают нам рецепт простого и универсального решения любой проблемы.

Итак, использование категории количественности имеет особое значение как для создания правдивой информации в науке и научном дискурсе, так и для создания мнимого ощущения правды, объективизма и точности в общественно-политическом дискурсе.

Литература

1. James, W. *Pragmatyzm*, Warszawa 2009.
2. Leszczak, O., Leszczak, S., *Infotainment: Informacja-rozrywka-manipulacja (stereotypy kulturowe i językowe społeczeństwa informacyjno-konsumpcyjnego)*, w: Książka. Biblioteka. Informacja. Między podziałami a wspólnotą, Kielce 2007, s. 447 – 461.
3. Leszczak, O. *Lingwosemiotyczna teoria doświadczenia*, t. 1, Kielce 2008.
4. Leszczak, O. *Lingwosemiotyka kultury. Funkcjonalno-pragmatyczna teoria dyskursu*, Toruń 2010.
5. Кант, И. *Критика чистого разума*, Кант, И. *Собрание сочинений в восьми томах*, М.: Чоро 1994, т. 3.

6. Кант, И. *Метафизические начала естествознания*, в: Кант, И. *Собрание сочинений в восьми томах*, М.: Чоро 1994, т. 4, с. 247 – 479.

7. Минашкин, В. Г. *Теория статистики*, <https://studfiles.net/preview/4432152/page:6/> [7.06.2018].

8. Хафф, Д. *Как лгать при помощи статистики*, Книжный сайт, <https://librolife.ru/g6130373> [5.06.2018].

KATARZYNA NOBIS-WLAZŁO

Truth, False, and Post-Truth in Quantitative Evaluation

Abstract: The aim of this paper is to present the role of the category of quantity in the process of creating truth, untruth and post-truth in different types of discourses within functional and pragmatic linguistics. Two types of discourses are being analyzed: scientific and social. In the scientific discourse, quantity is involved in the cognitive process and serves as an instrument for the formation of reasoned knowledge. In the socio-political discourse, the quantity is used as a scientific tool, which has its own clarity and thoroughness. Since this discourse has only one purpose – to influence, quantity is used without considering all the facts, but only those that contribute to the impact or manipulation.

Key words: truth, untruth, post-truth, quantity, language

1. James, W. *Pragmatyzm*, Warszawa 2009.

2. Leszczak, O., Leszczak, S., *Infotainment: Informacja-rozrywka-manipulacja (stereotypy kulturowe i językowe społeczeństwa informacyjno-konsumpcyjnego)*, w: Książka.

Biblioteka. Informacja. Między podziałami a wspólnotą, Kielce 2007, s. 447 – 461.

3. Leszczak, O. Lingwosemiotyczna teoria doświadczenia, Kielce 2008.

4. Leszczak, O. Lingwosemiotyka kultury. Funkcjonalno-pragmatyczna teoria dyskursu, Toruń 2010.

5. Kant, I. Kritika chistogo razuma, v: Kant, I. Sobranie sochinenii v vosmi tomakh, M.: Choro 1994, t.3.

6. Kant, I. Metafizicheskie nachala estestvoznania, v: Kant, I. Sobranie sochinenii v vosmi tomakh, M.: Choro 1994, t. 4, s.247 – 479.

7. Minashkin, V.G. Teoriia statistiki, <https://studfiles.net/preview/4432152/page:6/> [7.06.2018].

8. Haff, D. Kak lgat pri pomoshchi statistiki, Knizhnyi sait, <https://librolife.ru/g6130373> [5.06.2018].

Адрес электронной почты автора:
kasianobis@o2.pl

LIBOR KLIMEK

*Faculty of Law, Pan-European University in Bratislava,
Slovak Republic*

Truth About Protection Orders in the European Union: Linguistic and Legal Aspects

Abstract: The conference contribution deals with protection orders in the European Union. There are many types of protection orders in the European Union Member States with different names and scope of application. In the last decade the European Union has introduced new measures for all its Member States. However, many problems have occurred. The contribution focuses on linguistics and legal problems of their application.

Key words: protection orders in the European Union, European protection order, European investigation order

1. Introduction: The European Protection Order in Criminal Matters & the European Protection Order in Civil Matters

The essential aim of criminal law is to penalise typical crimes. It is therefore applied when lawful property has been damaged. It must also provide an immediate response to those situations where an attack on a victim's lawful property involves additional elements which create a risk that the violence will be repeated.

One of the victim's most important rights is the right to be protected against further attacks by the offender. Victims have the right to avoid being a victim once again. Victim protection is a priority objective of any advanced criminal policy. Victim protection means activating appropriate mechanisms to prevent a repeat offence or a different, perhaps more serious offence, by the same offender against the same victim. Such repeat offences against the same victims are particularly frequent in case of gender-based violence, although they also occur in other forms of crime such as human trafficking or sexual exploitation of minors and they can obviously arise in all forms of crime.

All Member States of the European Union apply measures to protect victims' lives, their physical, mental and sexual integrity and their freedom. However, such measures are effective only on the territory of the State which adopted them and thus they leave victims unprotected when they cross borders. No cross-border problem arises as long as the victim and the offender remain within the State in which the protection measure has been adopted and the issue is thus confined to that State. If the offender moves to a different State there have been already introduced legal instruments that cover this cross-border element.

Victim(s) protection in the European Union has always been one of its main objectives. The European Union legislator has adopted two legislative instruments addressed to its Member States, namely the Directive 2011/99/EU on the European protection order (details see below) and Regulation (EU) No 606/2013 on mutual recognition of protection measures in civil matters (details see below).

2. Legal Bases

The legal basis of the European protection order addressed for the Member States of the European Union is the Directive

2011/99/EU on the European protection order (the Directive 2011/99/EU of the European Parliament and of the Council of 13th December 2011 on the European protection order; Official Journal of the European Union, L 338/2 of 21st December 2011). However, Ireland and Denmark are not taking part in the adoption of the Directive and are not bound by it or subject to its application.

The objective of the Directive 2011/99/EU on the European protection order is to ensure the trans-border protection to victims of crimes in other Member States when they move within the European Union. It is defined in its core text as well as in its Preamble.

First, the core text of the Directive 2011/99/EU on the European protection order stipulates that it sets out rules allowing a judicial or equivalent authority in a Member State, in which a protection measure has been adopted with a view to protecting a person against a criminal act by another person which may endanger his life, physical or psychological integrity, dignity, personal liberty or sexual integrity, to issue a European protection order enabling a competent authority in another Member State to continue the protection of the person in the territory of that other Member State, following criminal conduct, or alleged criminal conduct, in accordance with the national law of the issuing State (Article 1 of the Directive; emphasis added).

Second, the Preamble of the Directive 2011/99/EU on the European protection order highlights that its objective is 'to protect persons who are in danger' (Recital 39 of the Directive) and adds that 'this Directive should set out rules whereby the protection stemming from certain protection measures adopted according to the law of one Member State [...] can be extended to another Member State in which the protected person decides to reside or stay' (Recital 7 of the Directive).

The Directive 2011/99/EU on the European protection order takes account of the different legal traditions of the Member States as well as the fact that effective protection can be provided by means of protection orders issued by an authority other than a criminal court. The Directive does not create obligations to modify national systems for adopting protection measures nor does it create obligations to introduce or amend a criminal law system for executing a European protection order (Recital 8 of the Directive).

The legal basis of the European protection order in civil matters at the European Union level is the Regulation (EU) No 606/2013 on mutual recognition of protection measures in civil matters (the Regulation (EU) No 606/2013 of the European Parliament and of the Council of 12th June 2013 on mutual recognition of protection measures in civil matters; Official Journal of the European Union, L 181/4 of 29th June 2013). It is part of a legislative package which aims at strengthening the rights of victims in the European Union. The Regulation establishes rules for a mechanism for the recognition of protection measures ordered in a Member State of the European Union in civil matters (Article 1 of the Regulation). It shall apply to protection measures in civil matters ordered by an issuing authority [Article 2(1) of the Regulation].

3. Definition, Linguistics and Scope of Application

A principal question which begs consideration is the definition of the term European protection order (in criminal matters). In the national legal systems of the Member States of the European Union the concept of the protection order is defined and interpreted differently. Various synonyms of the term protection order exist. For example, in national laws of the Member States of the European Union can be observed equivalents or closely related terms such as protective order, restraining

order, stay-away order, or even no-contact order (Van der Aa, 183 – 204).

Although it is less or more often similar, the harmonisation or even the unification of this concept has never been an objective of the European Union. Moreover, the Directive 2011/99/EU on the European protection order does not focus on it. Rather, it introduces special approach.

The Directive 2011/99/EU on the European protection order defines the European protection order as 'a decision, taken by a judicial or equivalent authority of a Member State in relation to a protection measure, on the basis of which a judicial or equivalent authority of another Member State takes any appropriate measure or measures under its own national law with a view to continuing the protection of the protected person' [Article 2(1) of the Directive]. The precedent is the protection order in the English-speaking world which takes the form of a court order protecting one person from another, is valid for the entire national territory and contains a number of obligations or prohibitions which the person to whom it is directed must observe, for example, prohibition on possessing weapons, approaching or contacting one or more persons, etc.

The European protection order is designed to continue to protect persons finding themselves in such circumstances, ensuring that in the Member State of the European Union to which they move they will receive a level of protection identical or equivalent to the protection they enjoyed in the Member State which adopted the protection measure.

The Directive 2011/99/EU on the European protection order clearly seeks to restrict its scope of application to criminal matters (Bradley, 121). For purposes of the Directive the term protection measure shall mean 'a decision in criminal matters adopted in the issuing State in accordance with its national law and procedures by which one or more of the prohibitions

or restrictions [...] are imposed on a person causing danger in order to protect a protected person against a criminal act which may endanger his life, physical or psychological integrity, dignity, personal liberty or sexual integrity' [Article 2(2) of the Directive; emphasis added].

Indeed, the European protection order involves a mechanism based on mutual recognition and, as such, it is not a harmonisation measure. Its objective is not to ensure uniformity as regards the protection measures which each national legislature can adopt, but to eliminate existing borders from the point of view of victim protection.

The European protection order is therefore intended to provide protection for victims in whichever Member State they move to, by preventing the commission of a new offence against them by the offender or the person causing the danger and providing victims with a level of protection similar to that provided by the Member State of the European Union whose judicial authority adopted the initial measure and equivalent to that provided to other victims in the executing State. As the European Data Protection Supervisor Hustings in his opinion (available at Official Journal of the European Union, C 355/1 of 29th December 2010) pointed out, the protection measure imposed on the person causing danger aim to protect life, physical and psychological integrity, freedom, or sexual integrity of the protected person within the European Union regardless of national boundaries. It attempts to prevent new crimes against the same victim.

For the application of the Directive 2011/99/EU on the European protection order the protection measure may have been imposed following a judgment within the meaning of the Framework Decision 2008/947/JHA on mutual recognition of probation measures and alternative sanctions, or following a decision on supervision measures within the meaning of the

Framework Decision 2009/829/JHA on mutual recognition of supervision measures as an alternative to provisional detention. If a decision was adopted in the issuing State on the basis of one of those Framework Decisions, the recognition procedure should be followed accordingly in the executing State.

During the negotiations on the Draft Directive on the European protection order it appeared that its mechanism, based on mutual recognition in criminal matters, is not compatible with the ambitious standard of mutual recognition already reached for civil matters.

The Directive 2011/99/EU on the European protection order explicitly states that the European protection order does not cover protection measures adopted in civil matters (Recital 10 of the Directive). Originally, the European protection order was meant to be an instrument for the recognition of protection measures adopted both in criminal and in civil matters in order to respond to the existing diversity in the legislation of the Member States and to the different legal systems providing for criminal, civil or mixed measures. Even so, in spite of the fact that on many occasions a combination of different measures are used, it was decided to base the Directive on criminal co-operation because the legal interests to be protected, such as life, physical or mental integrity, or sexual freedom, have traditionally been safeguarded under criminal law. The main objection was that, according to some States, these measures go beyond the legal basis used for the Directive, the Functioning of the European Union, which regulates the judicial co-operation in criminal matters. For this reason during the negotiations on Directive in order to overcome the frontal opposition by the European Commission and the doubts of certain Member States regarding the procedure followed, the scope of the European protection order was limited to criminal matters (Atanasov, 35 and 36).

As noted above, the legal basis of the European protection order in civil matters at the European Union level is the Regulation (EU) No 606/2013 on mutual recognition of protection measures in civil matters. It is part of a legislative package which aims at strengthening the rights of victims in the European Union. The Regulation establishes rules for a mechanism for the recognition of protection measures ordered in a Member State of the European Union in civil matters (Article 1 of the Regulation). It shall apply to protection measures in civil matters ordered by an issuing authority [Article 2(1) of the Regulation].

The Regulation (EU) No 606/2013 on mutual recognition of protection measures in civil matters aims at completing a legal instrument on the mutual recognition of protection measures taken in criminal matters to ensure that all protection measures taken in a Member State of the European Union benefit from an efficient mechanism to ensure their free circulation throughout the European Union [European Commission, COM(2011) 276 final]. The need for the measure applying exclusively to protection orders taken in civil proceedings appeared during the negotiations on the Draft Directive on the European protection order. To consult more specifically on the need for and the modalities of the Draft, the European Commission launched additional consultations with Member States, other institutions and experts from different backgrounds.

The distinction between both protection orders does not exclude the possibility of confusion. The Regulation (EU) No 606/2013 on mutual recognition of protection measures in civil matters, however, establishes a different recognition system. This duplicity might be a source of confusion for legal actors that may intervene in the process of issuing and/or executing European protection orders, and also for the victims, who will have to be properly informed about the protection measures

and recognition processes in other Member States which make them available, and specifically, about the procedures and guarantees in each or them (Freixes, Román, 15 and 16). As argue Vermeulen, De Bondt, Ryckman and Peršak, there is a very thin demarcation line between both instruments (Vermeulen, De Bondt, Ryckman, Peršak, 45).

The relation of both protection orders is not defined neither in the Directive 2011/99/EU on the European protection order nor in the Regulation (EU) No 606/2013 on mutual recognition of protection measures in civil matters. It is natural that the first act does not define their relationship. However, the second act should define it and make clear distinction between the 'European protection order in criminal matters' and the 'European protection order in civil matters'. While the Preamble to the Directive states that it 'applies to protection measures adopted in criminal matters' (Recital 10 of the Directive), the Preamble to the Regulation states that it 'complements the Directive 2012/29/EU' (Recital 8 of the Regulation) and that its scope 'is within the field of judicial co-operation in civil matters' (Recital 9 of the Regulation).

The comparison of the term protection measure is clear answer of the question what is the distinction between both protection orders. In case of the 'European protection order in criminal matters' it shall mean 'a decision in criminal matters adopted in the issuing State in accordance with its national law and procedures by which one or more of the prohibitions or restrictions [...] are imposed on a person causing danger in order to protect a protected person against a criminal act which may endanger his life, physical or psychological integrity, dignity, personal liberty or sexual integrity' [Article 2(2) of the Directive; emphasis added]. In case of the 'European protection order in civil matters' it shall mean 'any decision, whatever it may be called, ordered by the issuing authority of the Member State

of origin in accordance with its national law and imposing one or more of the following obligations on the person causing the risk with a view to protecting another person, when the latter person's physical or psychological integrity may be at risk' [Article 3(1)(a)(b)(c) the Regulation; emphasis added]:

- a prohibition or regulation on entering the place where the protected person resides, works, or regularly visits or stays,
- a prohibition or regulation of contact, in any form, with the protected person, including by telephone, electronic or ordinary mail, fax or any other means, and
- a prohibition or regulation on approaching the protected person closer than a prescribed distance.

Indeed, while the 'European protection order in criminal matters' covers protection measures issued through decisions in criminal matters, protection measures covered by the 'European protection order in civil matters' covers any other decisions.

4. Implementation and Languages

Directives of the EU, adopted by the European Parliament and the Council of the European Union, are binding upon European Union Member States as to the result to be achieved, but leave national authorities to choose the form and methods. In order to fulfil their objectives they shall implement them into national legislation. The Member States of the European Union shall take the necessary measures to comply with the provisions of the Directive 2011/99/EU on the European protection order by 11th January 2015.

The method of implementation of the Directive 2011/99/EU on the European protection order does not vary considerably. In principle, two methods can be observed:

- adoption of an amendment in order to supplement and 'update' earlier existing legislation in the area of procedural criminal law, and

- adoption of an entirely new legislation.
- It is beyond the scope of this work to engage in an in-depth analysis of implementing legislation in all European Union Member States. However, some examples should be mentioned:
 - Austria – the Federal Law on the Judicial Co-operation in Criminal Matter with the Member States of the European Union,
 - Croatia – the Act on Judicial Co-operation with Member States of the European Union,
 - Czech Republic – the Act No. 140/2013 Coll. on the International Judicial Co-operation in Criminal Matters,
 - Poland – the Act Implementing the Directive on the European Protection Order,
 - Slovak Republic – the Act No. 398/2015 Coll. on the European Protection Order in Criminal Matters,
 - Spain – the Act on Mutual Recognition of Judicial Decisions in Criminal Matters in the European Union.

Regulations are directly binding in the Member States of the European and therefore the implementation of the Regulation (EU) No 606/2013 on mutual recognition of protection measures in civil matters was not needed.

As far as languages are concerned, in the EU there are 24 official languages (namely Bulgarian, Croatian, Czech, Danish, Dutch, English, Estonian, Finnish, French, German, Greek, Hungarian, Irish, Italian, Latvian, Lithuanian, Maltese, Polish, Portuguese, Romanian, Slovak, Slovenian, Spanish and Swedish). Many problems with communication have occurred in co-operation in criminal matters. One of the biggest problem is, that representatives of national authorities do not speak other than own native language. It means that there is no common language to use in case of communication, unless they manage to speak a language they understand, for example, English

or German. Sure, there are very close languages, for example Slovak and Czech, but such a situation is not general situation, rather exception.

The contribution was elaborated as a part of the research project APVV 'Možnosti kriminologického a trestnoprávneho riešenia domáceho násilia' [transl.: Possibilities of Criminological and Criminal Law Solutions of Domestic Violence] No. APVV-15 – 0644. Head of the project – doc. JUDr. Peter Polák, PhD.

Literature

1. Atanasov, Atanas et al. The European Protection Order: Its Application to the Victims of Gender Violence. Tecnos, 2015
2. Bradley, Kieran. Legislating in the European Union. In: Barnard, Catherine – Peers, Steve (eds). European Union Law. Oxford University Press, 2014
3. Freixes, Teresa – Román, Laura. Protection of the Gender-Based Violence Victims in the European Union. Publicacions Universitat Rovira i Virgili, 2014
4. Van der Aa, Suzan. Protection Orders in the European Member States: Where Do We Stand and Where Do We Go from Here? European Journal on Criminal Policy and Research, vol. 18, no. 2, 2012
5. Vermeulen, Gert – De Bondt, Wendy – Ryckman, Charlotte – Peršak, Nina. The disqualification triad: Approximating legislation: Executing requests: Ensuring equivalence. Maklu, 2012

Адрес электронной почты автора:

libor.klimek@yahoo.com

TADEUSZ BARTOŚ

Prawda, post-prawda: wszystko już było

Zmierzch prawdy bytu wydarza się w sposób konieczny, mianowicie jako spełnienie metafizyki. Zmierzch ten zapada zarówno wskutek rozpadu naznaczonego metafizyką świata, jak wskutek zrodzonego przez metafizykę spustoszenia Ziemi. Rozpad i spustoszenie znajdują odpowiednie spełnienie w tym, że człowiek metafizyki, animal rationale, zostaje u-stalony zwierzęciem roboczym. To u-stalenie potwierdza skrajną ślepotę na zapomnienie bycia. Człowiek jednak chce siebie jako dobrowolnie chcącego woli woli, dla którego wszelka prawda staje się błędem, jakiego potrzebuje on, aby mógł upewnić się w złudzeniu, że wola woli nie może chcieć nic innego prócz znikomego Nic, wobec którego się on utwierdza, niezdolny znać doszczętnej znikomości samego siebie.

Martin Heidegger, Przewyciężenie metafizyki.

Kilka oczywistości. Post-prawda to eufemizm. Synonim kłamstwa, ale uwolniony od negatywnych konotacji. Mamy takich rzeczy więcej – «polityka informacyjna» zamiast «manipulacja informacją», «marketing polityczny» zamiast «polityczne oszustwa na masową skalę», itd. Nazywanie białego czarnym i czarnego białym – to istota tego zabiegu. Podstawą jest pewność siebie, najlepiej taka, jakiej nie wychwyliłby wariograf. Oto ideał post-prawdy: kłamać bez zmrużenia okiem.

Jak to zrobić?

Najlepiej uwierzyć we własne kłamstwa. Tylko kłamanie z głębokim przekonaniem, które przestaje być intencjonalnie kłamstwem, a staje się wiarą, może być wiarygodne. Oto nowe skrzydła kłamstwa – prawda. Kłamstwo tylko pod postacią prawdy (sub specie veritatis) trawić (tolerować) może ludzki umysł. Potrzeba więc silnej wiary. Takiej, która góry przenosi. Napisało bowiem w Piśmie Świętym:

Zaprawdę, powiadam wam: Jeśli będziecie mieć wiarę jak ziarnko gorczycy, powiecie tej górze: Przesuń się stąd tam!, a przesunie się. I nic nie będzie dla was niemożliwego.

Od razu zaznaczę: nie jestem w materii życia publicznego nihilistą, uważam, że możliwe jest rzetelne dziennikarstwo, że możliwy jest uczciwy PR, który jest sztuką komunikacji, by odbiorca zrozumiał to, co chcę przekazać. Możliwy, choć trudny. Wywód natomiast, który tutaj prowadzę to badanie źródeł pewnej praktyki cywilizacyjnej Zachodu ostatnimi czasy nazywanej post-prawdą.

Wracając do przerwane go wątku: wiara w głoszoną doktrynę jest istotną składową efektywności przekazu. Silnie przekonują silne przekonania. Wiara to zaangażowanie, bycie gorącym, a nie letnim. Gorąca wiara to spójność i integralność przekazu płynąca z integralności nadawcy. Czytamy w księdze Apokalipsy św. Jana:

Znam twoje czyny, że ani zimny, ani gorący nie jesteś. Obyś był zimny albo gorący! A tak, skoro jesteś letni i ani gorący, ani zimny, chcę cię wyrzucić z mych ust (3, 15 – 16).

Nie bez racji szukamy źródeł inspiracji w najbardziej efektywnym ze znanych nam historycznym całościowym systemie perswazyjno-propagandowym – w chrześcijaństwie. Tam znajdziemy najcenniejsze wskazówki. To praktyka, która sprawdziła się w przeszłości i do dziś jest najbardziej efektywnym zestawem instrukcji.

Ważny dla tych kwestii jest kontekst historyczny. Zachód wytworzył wraz z rozwojem chrześcijaństwa w późnym antyku ideę wiary jako przyjęcia doktryny, scilicet zbioru zdań uznawanych za prawdziwe. W doktrynę można wierzyć prawidłowo, można o niej prawidłowo mówić lub przeciwnie, błędzić – spór w tej materii stał się pasją całych pokoleń chrześcijańskich grup od II wieku n. e. i kulminował w oficjalnych rozstrzygnięciach wielkich soborów IV i V wieku. Takiego doktrynalnego, słownego, szkolnego wręcz aspektu nie miały religie tradycyjne Greków i Rzymian. Były one raczej praktyką kultową powiązaną z różnorodnością wyjaśnień mitycznych, bez próby ich uzgadniania w jednolity skonceptualizowany przekaz.

W tym sensie chrześcijaństwo upodabniało się do szkół filozoficznych, w których kultywowano nauki, spisywano je i przekazywano. Nie bez kozery św. Justyn mówił o chrześcijaństwie, że jest filozofia: «to jest filozofia jedynie pewna i pożyteczna (Dialog 8,1) ». Co więcej, poprawność lub niepoprawność wyznawania tworzyło ortodoksję, której pierwszą konsekwencją było wykluczenie, nietolerancja dla myślących inaczej. Rozpowszechnienie tego sposobu nastawienia to istotna nowość w kulturze intelektualnej starożytności grecko-rzymskiej, która wcześniej miała zasadniczo charakter inkluzywny, dopuszczała wielość i odmienność kultów, różnorodność szkół filozoficznych, do których przynależność nie była obarczona moralnym szantażem.

Wraz z zadaniem ekspansji, tj. głoszenia wymogu nawrócenia jako warunku koniecznego uniknięcia wiecznego potępienia, chrześcijaństwo stworzyło zupełnie nową sytuację duchową człowieka Zachodu. Stało się, możemy to teraz powiedzieć, prawnym post-prawdą. W swej istotnej strukturze logicznej polegało ono na przyjmowaniu przesłanek wiary bez uzasadnienia oraz akcesu do grupy religijnej głoszącej posiadanie pełni prawdy pod wpływem technik perswazyjnych (głoszenia

Ewangelii). Nota bene istotną cechą zabiegów perswazyjnych była metoda zwana popularnie zasadą kija i marchewki: obietnica zbawienia versus groźba wiecznego potępienia.

Post-prawda ma strukturę logiczną wiary religijnej tak, jak opisywali to średniowieczni scholastycy. Byli oni świadomi, że nie można wykazać prawdziwości *articulorum fidei*, znajdowali jednak inne powody uznania ich trafności. Tomasz z Akwinu definiował wiarę jako wnioskowanie z przesłanek nieoczywistych. Jako pierwszy w historii dokonał – zwracał na to uwagę wybitny historyk logiki Józef Maria Bocheński – relatywizacji systemu aksjomatycznego, uznając, że można wychodzić we wnioskowaniach z przesłanek, których prawdziwość nie jest sama z siebie jasna (za oczywistości uznawano wtedy niesprzeczność, tożsamość, i naoczność). Wiara to *assentire non apparentibus* – przystać na to, co się nie jawi, czego nie widać. Akt wiary to: *cum assensione cogitare* – myśleć o czymś, roztrząsać coś przystając na to, przyjmować do akceptującej wiadomości. Umysł się zgadza, ale nie sam z siebie, bo dla umysłu nie jest to *per se notum*. Zgadza się pod wpływem woli, z boskiego natchnienia.

Wiara jest więc wyborem. Post-prawda także jest wyborem, decyzją!

Wola staje przed rozumem. Taki kierunek obrała myśl teologiczna średniowiecza, wspierana przez teologów franciszkańskich (Duns Szkot, Wilhelm Ockham), i podjęta w filozofii nowożytnej. Wola jest pierwsza. Najlepiej silna wola, wielka wola, determinująca, władcza, zdolna przemienić oblicze tej ziemi., podporządkować sobie świat, uczynić go na własny obraz i podobieństwo. Podsumowanie tego procesu znajdziemy u Martina Heideggera:

Gdy wola mocy osiąga ostateczną, bezwarunkową pewność, jako wszystko zapewniająca jest jedynym osądającym i dlatego czymś słusznym. Słuszność woli woli polega na

bezw warunkowym i zupełnym zapewnieniu siebie samej. To, czego ona chce, jest słuszne i w porządku, bo wola woli sama pozostaje jedynym porządkiem. W tej samopewności woli woli zatraciła się początkowa istota prawdy. Słuszność woli woli jest wprost czymś nie-prawdziwym. Słuszność nie-prawdziwego ma w kręgu woli woli własny nieodparty charakter. Jednakże słuszność nieprawdziwego, które samo jako to nie-prawdziwe pozostaje skryte, jest zarazem najbardziej niepokojącą rzeczą, jaka może przydarzyć się wypaczeniu istoty prawdy. To, co słuszne, opanowuje to, co prawdziwe, i usuwa na bok prawdę. To dopiero wola bezwarunkowego zapewnienia rodzi powszechną niepewność.

By tę zawiłą myśl sprowadzić do prostego przesłania: prawdziwe się ustanawia jako słuszne. Od teraz jeśli coś jest słuszne, to na mocy słuszności, jest prawdziwe. Słuszne – to słuch, posłuch, posłuszeństwo – atrybuty woli. Post-prawda to posłuszeństwo rozkazowi, to uleganie – przemocy, lub dziś bardziej marketingowemu uwodzeniu. Post-prawda to uległość, podatność na wpływ. Jedno bowiem istnieje niezachwianie – skuteczność. Wrócimy jeszcze do tego wątku.

Mamy jeszcze inne słowo pokrewne zjawisku pomieszania sygnowanego terminem post-prawda: światopogląd, Weltanschauung. Dziewiętnastowieczna niemiecka nazwa bardzo dobrze oddaje naturalność lęgnących się w umysłach skojarzeń i obrazów, których nie sposób wszystkich poddać wariograficznemu sprawdzeniu. Światopogląd to bowiem ogół poglądów, mniemań i przekonań, z których tylko część jest per se nota, oczywista sama z siebie, lub też jest konkluzją z oczywistych przesłanek. Znacząca część światopoglądu to mniemania nieuzasadnione, przyjmowane z dobrodziejstwem inwentarza, uznawane za oczywiste, choć nie będące wcale oczywistymi. Te ustalenia znajdują swój

pra-wzorzec w starożytnych platońskich analizach rozróżniających episteme (scientia) – wiedzę, od doxa (opinio) – mniemanie. Pierwsza jest metodycznym dotarciem do czegoś, czego już nie sposób podważyć, druga zaś jest zbiorem sądów, które są mieszaniną twierdzeń prawdziwych i fałszywych, bez wnikania w ustalenie ich wartości logicznej.

Mogę udowodnić ci, co sobie tylko zapragniesz. Tego nie wymyślił XX wiek, takie było przesłanie sofistów starożytnej Grecji. Przybiera ono rozmaite postaci w ciągu wieków. Do dziś idea, że każdą ideę da się sprzedać, potrzeba tylko odpowiednich środków i dobrych sprzedawców pozostaje żywotna.

To także jest post-prawda.

Jak to bywa z podobnymi ponad-epokowymi ideami, mogliśmy o niej powiedzieć: z przyszłości przybywa do nas przeszłość. W ten sposób działają domokrażcy sprzedający garnki za kilka tysięcy złotych. W ten sposób polityczni przywódcy, partie polityczne sprzedają siebie, by okazało się, iż są najlepszą alternatywą i jedynym ratunkiem.

Tu uwzględnić trzeba nowość, jaką było pojawienie się społeczeństwa masowego. Dopuszczenie ludu (powszechność wyborów) do głosu zbiegło się z możliwościami kształtowania jego myślenia. Począwszy od wynalazku druku, w Niemczech przetłumaczenia Biblii na niemiecki i dania jej każdemu, z wszystkich stanów, by czytali, a więc najpierw nauczyli się czytać! Broszury, periodyki, aż do regularnych dzienników, to kolejny etap rozwoju społeczeństwa masowego. Później tylko jeszcze media elektroniczne, radio, telewizja, bez których nie byłoby możliwe tak sprawne zorganizowanie państw totalitarnych z milionami rzeszy wyznawców.

Internet pozwolił dziś na jeszcze bardziej precyzyjne i dyskretne kształtowanie opinii całych populacji wyborców, co

ujawniła ostatnio dobitnie afera brytyjskiej firmy Cambridge Analytica. Wojna propagandowa jest dziś najważniejszym polem bitwy.

To także jest post-prawda.

Ludzie myślą pewnymi całościami, nawet nieprawdopodobny obraz, jeśli będzie spójny, może przekonać. Co Kaczyński dobrego robi dla Polski da się spójnie opowiedzieć. Podobnie co robi Putin dla Rosji, Erdogan dla Turcji, Trump dla USA.

I to jest post-prawda.

Jedną z istotnych pułapek post-prawdy jest więc ludzki popęd spójności. Co nie pasuje do naszego obrazu zostaje wyeliminowane. Nie słyszymy, nie widzimy, nie czujemy tego, co nie jest elementem naszego obrazka, kawałkiem naszego puzzla pasującego do gry, w którą gramy.

Co może być odpowiedzią na te konstatacje? Radykalny sceptycyzm, nieufność nikomu. Potraktowanie całego świata jako wroga, manipulatora, najlepiej w manichejskim dualistycznym sznycie. Można próbować podążać w tym kierunku, szybko jednak odkryjemy osobliwy paradoks: tego właśnie chcą manipulanci w świecie masowej manipulacji informacją. Chcą podziału na świat dobry (nasz) i zły (obcy). Chcą uwiedzenia, które jest jak sznur wisielca, prawdziwe perpetuum mobile: każdy kolejny ruch zaciska założoną pętlę.

Swój – obcy to potężne instrumentum (obok popędu spójności): samograj w grze społecznego oddziaływania. Najbardziej archaiczne, instynktowne, przynależne całemu światu ożywionemu, bo osadzone na instynkcie samozachowawczym. Swój, swojski, nasz, domowy, nasz polski rodzimy, nasz rosyjski jedynie dobry i prawdziwy. A tamten, obcy, niemiecki, gejojski, amerykański – jest niebezpieczny, nieznan, nieprzewidywalny. To prawdziwe perpetuum mobile. Wiedza o totalnej manipulacji rodzi nieufność, ta zaś nieufność jest potrzebna, by napędzać mechanizmy totalnej manipulacji. Totalna manipulacja

żyje z nieufności, z budzenia nieufności, siania wątpliwości. Z kolei, gdzie jest wątpliwość tam też rodzi się jej przeciwieństwo – rezultat procesu demaskacji – pewność i wiara. Im większe wrażenie robi na mnie demaskacja oszustwa, w którym tkwiłem – tym bardziej staję się jego zapiekłym wrogiem i tym bardziej upewniam się i umacniam w nowej wierze. Owocem zawsze jest sztywny intelektualny dogmatyzm.

W tym także chrześcijaństwo jest pierwowzorem. Widzimy to w pierwotnej logicznej strukturze tak zwanej ewangelizacji, czyli technikach religijnej agitacji, ustanowionych w starożytności a w nowożytności kontynuowanych przez polityków już bez sutann i koloratek. To przede wszystkim umacnianie się w swoim poprzez sianie nieufności wobec nie-swoich, aż po nagonki (jeśli to konieczne i możliwe zarazem), ostracyzm, wykluczenie, wygnanie, ekskomunikę, eksterminację.

Powróćmy do przerwanego wątku słuchu, posłuchu, słyszalności, usłyszenia, i – ewentualnie -odmowy słuchania. Prawdziwy bierzemy od prawy, słuszny, w prawie będący, sprawiedliwy. A więc mający rację. Ja mam rację, a ty nie masz racji. Albo ja mam rację i ty też masz rację. My mamy rację, ale oni racji nie mają. Posiadanie racji, słuszności, to brak błędu. Regularnie powtarzający się brak błędu to nieomyślność. Albo przynajmniej partycypacja w nieomyślności (infabilitatis participatio). W świecie, w którym rozstrzyga się przez dostarczanie racji – kto ma rację ten ma słuszność. Tego należy słuchać.

Słuchanie kogoś to także usłyszenie, dosłyszenie. Przynajmniej na dwa sposoby można słuchać: puszczając mimo uszu albo słuszność przyznając i posłuch zachowując. W tym drugim znaczeniu prawda znaczy także – dyscyplina. Prawda jest różgą smagającą poddanych. Jaśnie Pan, wielki bojar, oligarcha,

w prawie będący, gdy przemawia, posłuchu żąda. I posłuch naturalnie jest mu dany.

Jak wygląda post-prawda w świecie takich feudalnych stosunków posłuszeństwa? To bunt hołoty, podniesiona głowa przeciw panu będącemu w racji. W świecie totalitarnego autorytaryzmu bunt jednostki najtrafniej byłoby wyzwąć od post-prawdy. Były jeszcze inne przezwiska: relatywiści, postmoderniści, nihilisci. To są między innymi potępiani w Kościele katolickim w drugiej połowie XX wieku teologowie reformatory, Congar, Rahner, Küng, Schillebeeckx. A ich pragnieniem było tylko zachować wewnątrz instytucji totalnej odrębność własnego zdania, spojrzenia, bez społecznego ostracyzmu, pozabawienia przez instytucję godności, etycznych kompetencji.

Spójrzmy z jeszcze innej strony!

Posiadanie racji to zasada autorytetu, ten zaś sam w sobie jest źródłem działania. Autorytet epistemiczny (tego, który wie), deontyczny (tego, który ma prawo wydawać polecenia) – obydwie są dyrektywą, wskazaniem na kierunek postępowania, na kierunek trafnego wyboru spośród rozlicznych możliwości wyboru. Racja jest domeną działania.

A świat poza, przed działaniem (tj. wywoływaniem skutków, techniczną manipulacją) czy istnieje? Poszukiwał go Heidegger i wskazywał drogę. Gdzieś przed wszelkim rozstrzygnięciem, przed pojawieniem się racji prawda jest odsłonięciem, nie-skrytością – a-lethein. Dopiero platońska idea jako wzorzec, pierwowzór, oryginał, a także myśl w umyśle, gdzie prawda się gromadzi, one dopiero każą porównywać, pytać o zgodność (adaequatio), podobieństwo, dopasowanie, poziom odzwierciedlenia w procesie naśladowania, imitacji. Prawda tak rozumiana to wynalazek, za którym podążyła tradycja intelektualna Zachodu. Choć istniały inne drogi. Heidegger wskazuje na presokratyków. To, co jest, jest dla nas, my sami jesteśmy i nie potrzeba do tego żadnej logicznej analizy,

trafności spojrzenia, sumienności ujęcia, zgodności. Przed logiką, przed poznaniem jest myślenie. A myślenie (Denken) samo jest istnieniem. Najdalej nam do tego, co najbliższe, najmniej postrzegamy to, co wszechobecne, z przyzwyczajenia, z braku odróżnienia. Tym jest owo Heideggerowskie bycie — das Seiens. Jeśli referowanie Heideggera wywołać może niepokój o jasność sformułowań, usprawiedliwieniem niech będzie z jednej strony wymagana dla tego tekstu konieczność zwięzłości, z drugiej zaś sama natura problemu, wyrafinowana intelektualnie i przez to niedostępna w prostym oglądzie, której rozświetlanie przysparzało olbrzymich kłopotów samemu Heideggerowi.

Tu przejść musimy do zrozumienia pojęcia siły, mocy — potentia, virtus. Także woli mocy. Bóg chrześcijański, w chrześcijańskiej metafizyce jest wszechmocny i dlatego jest prawdą. Rację mają silniejsi, a pełnię racji ma najsilniejszy ze wszystkich, którego moc nie zna granic. Zapytać też możemy: a może jest odwrotnie? Może dlatego, że jest prawdą — jest wszechmocny. Wtedy jednak musielibyśmy pytać o to, co znaczy, że jest samą prawdą? Tak się złożyło w naszej kulturze, że na w ten sposób postawione pytanie musielibyśmy odpowiedzieć: jest prawdą, znaczy, że zawsze ma rację. Zawsze ma rację, a więc — powróćmy na chwilę do poruszonego już wątku — jest nieomylny. Jeśli jest nieomylny, to jego zawsze jest na górze. I jest rzeczą ze wszech miar racjonalną uznać, że należy mu się posłuch. U wszystkich, w całym wszechświecie — taki posłuch uniwersum byłby wskazaniem jego wszechmocy.

Prawda jest narzędziem władzy, dyktatu. Powtarzają to na różne sposoby francuscy post-heideggerowscy filozofowie XX wieku słusznie odnosząc się do Heideggera, który pierwszy odsłonił naturę technicznego rozmienia prawdy jako

skuteczności działania. Czytamy na samym początku jego Listu o humanizmie:

Jeszcze długo nie będziemy dość zdecydowanie zastanawiać się nad istotą działania. Działanie znamy jedynie jako uskutecznianie jakiegoś skutku (Das Bewirkeng einer Wirkung), którego realność bywa oceniana zależnie od jego przydatności.

Trafność orzekania, wydzielenie idei, myśli, wzorca i tego co mu odpowiada, porównanie, zestawienie – oto wszystko składowe zachodniego paradygmatu, zachodniej metafizyki. Idea, wzorzec – oznacza naśladowanie, przybliżanie się lub oddalenie od ideału. Idea, wzorzec wyznacza sferę tego jak powinno być, a więc etykę, z jej dopełnieniem w kantowskiej deontologii. Trafność stwierdzenia to inaczej ustalenie czegoś, uczynienie czegoś takim a nie innym, stałym, sztywnym, nienaruszonym. Prawda tym właśnie się stała, tym co obecne niezmiennie, nienaruszalnie. Byt i myślenie: myślenie, które ustala jak to jest naprawdę z tym, co jest. Ustala, czyli zatrzymuje.

Nieobecne jest w horyzoncie myśli Zachodu inne rozumienie prawdy, aniżeli stałość przeciw zmienności. Wspomniane a-lethein – nie-skrytość, z innego niż przedmiotowo-podmiotowy porządek języka – zostało zapomniane. Wszystko to możemy wyczytać z ostatniej części Heideggerowskiego Wprowadzenia do metafizyki.

Nie byłoby jednak Heideggera bez Nietzschego, bez jego szaleńczej, jak na owe czasy, intelektualnej swobody. Prawda jest «ruchomą armią metafor» – pisał w O prawdzie w poza-moralnym sensie.

Czym jest więc prawda? Ruchliwą armią metafor, metonimii, antropomorfizmów, krótko, sumą ludzkich stosunków, które zostały poetycko i retorycznie wzmożone, przetransponowane i upiększone, a po długim użytkowaniu wydają się ludowi

kanoniczne i obowiązujące: prawdy są złudami, o których zapomniano, że nimi są, metaforami, które się zużyły i utraciły zmysłową siłę wyrazu, monetami, których powierzchnia się starła i które teraz są traktowane jak metal, już nie jak monety.

Wola prawdy – rozumianej jako trafność – jest centralnym narzędziem wielkiej machinacji post-prawdy. Skoro prawda jest najważniejsza, to staje się tym, przy pomocy czego można skutecznie oddziaływać. Dlatego tak znaczące są słowa Nietzschego z *Poza dobrem i złem*:

Wola prawdy (...). Zapytaliśmy o wartość tej woli. Załóżmy, że chcemy prawdy: dlaczego nie wolimy nieprawdy? I niepewności? Nawet niewiedzy?.

Intuicyjny wgląd pozwala Nietzschemu na wychwycenie nieoczywistości tego, co cywilizacyjnie funkcjonuje jako najoczywistsza oczywistość. Potwierdzają to ostatnie słowa z *Poza dobrem i złem*:

Ach, czymże jesteście, me pisane i malowane myśli. Jeszcze nie dawno byliście tak wielobarwne, młode, złośliwe, tak pełne kolców i tajemnych aromatów, żem przez was kichał i chichotał – a teraz? Zdjęłyście szatę nowości i niejedna z was, patrząc ze strachem, gotowa jest zostać prawdą: tak nieśmiertelny ma już wygląd, tak rozdzierająco prawy, tak nudny!

Post-prawda kryje się w ubraniu prawdy. Maskuje swą istotę – którą jest instruktaż efektywności (realności) oddziaływania. Czy prawda, czy post-prawda – wszystkie tkwią w paradygmacie prawdy jako skuteczności.

ПРАВДА – НЕПРАВДА – ПОСТПРАВДА:

Сборник научных трудов проекта NOT ONLY

NOT ONLY2018:

Теория и практика гуманитарных исследований

Подписано в печать 03.12.2018

Формат 60 × 90/16

Усл. печ. л. 15. Тираж 100 экз. Заказ №031218-1

Отпечатано ООО «Люкс Люмен»

по заказу Федерального государственного
бюджетного образовательного учреждения
высшего образования

«Российская академия народного хозяйства и государственной
службы при Президенте Российской Федерации»