

РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАУК
ОТДЕЛЕНИЕ ИСТОРИКО-ФИЛОЛОГИЧЕСКИХ НАУК
ИНСТИТУТ АРХЕОЛОГИИ

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
МАГНИТОГОРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
им. Г. И. НОСОВА

ПРОБЛЕМЫ ИСТОРИИ, ФИЛОЛОГИИ, КУЛЬТУРЫ



3 (53)

Июль – Август – Сентябрь

ЖУРНАЛ ВЫХОДИТ ЧЕТЫРЕ РАЗА В ГОД

ОСНОВАН в 1994 г.

МОСКВА–МАГНИТОГОРСК–НОВОСИБИРСК
2016

Научная подготовка журнала осуществляется Институтом археологии РАН и
Магнитогорским государственным техническим университетом им. Г.И. Носова
в сотрудничестве с Институтом археологии и этнографии СО РАН

Международный редакционный совет

член-корр. РАН *Р.М. Мунчаев* (председатель, Москва),

член-корр. РАН *Х.А. Амирханов* (Москва), член-корр. НАНА *И.А. Бабаев* (Баку),
член-корр. РАН *П.Г. Гайдуков* (Москва), проф. *П. Каллиери* (Болонья),
акад. РАН *С.П. Карпов* (Москва), член-корр. НАНУ *С.Д. Крыжицкий* (Киев),
проф. *Д. Лернер* (Уинстон-Сейлем), проф. *К. Липполис* (Турин),
акад. РАН *Н.А. Макаров* (Москва), д.и.н. *А.А. Масленников* (Москва),
д.и.н. *Ю.М. Могаричев* (Симферополь), проф. *М. Ольбрихт* (Жешув),
акад. АН РУз *Э.В. Ртвеладзе* (Ташкент), проф. *А.Ф. Строев* (Париж),
д.и.н. *М.Ю. Трейстер* (Берлин), д.и.н. *Э.Д. Фролов* (Санкт-Петербург)

Редакционная коллегия

Главный редактор д.и.н. *М.Г. Абрамзон* (Магнитогорск),

д.и.н. *А.В. Буйских* (Киев), д.и.н. *М.Д. Бухарин* (Москва),
д.и.н. *Н.Б. Виноградов* (Челябинск), д.филол.н. *А.П. Власкин* (Магнитогорск),
к.и.н. *В.А. Гаилов* (ответственный секретарь, Москва), д.и.н. *Е.Г. Дэвлет* (Москва),
д.и.н. *В.Д. Кузнецов* (зам. главного редактора, Москва),
к.и.н. *С.В. Мокроусов* (зам. главного редактора, Москва),
к.и.н. *В.И. Мордвинцева* (Симферополь),
д.и.н. *И.В. Октябрьская* (зам. главного редактора, Новосибирск),
д.и.н. *И.Е. Суриков* (Москва), д.филол.н. *С.Г. Шулежкова* (Магнитогорск)

Заведующая редакцией *Ю.А. Федина*

E-mail: history@masu.ru

RUSSIAN ACADEMY OF SCIENCES
DEPARTMENT OF HISTORY AND PHILOLOGY
INSTITUTE OF ARCHAEOLOGY

THE MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE OF THE RUSSIAN FEDERATION
NOSOV MAGNITOGORSK STATE TECHNICAL UNIVERSITY

JOURNAL OF HISTORICAL, PHILOLOGICAL AND CULTURAL STUDIES



3 (53)

July – August – September

PUBLISHED QUARTERLY

FOUNDED in 1994 г.

MOSCOW – MAGNITOGORSK – NOVOSIBIRSK
2016

The contents is prepared in the Institute of Archaeology (Russian Academy of Sciences) and the Nosov Magnitogorsk State Technical University in cooperation with the Institute of Archaeology and Ethnography (Siberian Branch of Russian Academy of Sciences)

International Advisory Board

Prof. *Rauf Munchaev* (Chairman, Moscow),

Prof. *Hizry Amirkhanov* (Moscow), Prof. *Yl'yas Babaev* (Baku),
Prof. *Pierfrancesco Callieri* (Bologna), Prof. *Eduard Frolov* (Saint-Petersburg),
Prof. *Petr Gaydukov* (Moscow), Prof. *Sergey Karpov* (Moscow),
Prof. *Sergey Kryzhitsky* (Kiev), Prof. *Jeffrey Lerner* (Winston-Salem),
Prof. *Carlo Lippolis* (Torino), Prof. *Nikolay Makarov* (Moscow),
Prof. *Alexander Maslennikov* (Moscow), Prof. *Yuri Mogarichev* (Simferopol),
Prof. *Marek Jan Olbrycht* (Rzeszów), Prof. *Eduard Rtveladze* (Tashkent),
Prof. *Alexander Stroev* (Paris), Prof. *Mikhail Treister* (Berlin)

Editorial Board

Prof. *Mikhail Abramzon* (Editor-in-Chief, Magnitogorsk),

Prof. *Alla Bujskikh* (Kiev), Prof. *Mikhail Bukharin* (Moscow),
Prof. *Ekaterina Devlet* (Moscow), Dr. *Vasif Gaibov* (Moscow),
Prof. *Vladimir Kuznetsov* (Moscow),
Dr. *Sergey Mokrousov* (Moscow), Prof. *Valentina Mordvintseva* (Simferopol),
Prof. *Irina Oktyabrskaya* (Novosibirsk), Prof. *Svetlana Shulezhkova* (Magnitogorsk),
Prof. *Igor Surikov* (Moscow), Prof. *Nikolay Vinogradov* (Chelyabinsk),
Prof. *Alexander Vlaskin* (Magnitogorsk)

Head of the Editorial Office *Yulia Fedina*

E-mail: history@masu.ru



Международная научная конференция
«Россия – Германия: история взаимоотношений;
общественные движения; вербальные и политические
средства преодоления конфликтов»
(Магнитогорск, 20 ноября 2016 г.)*



**ИНТЕРНАЦИОНАЛЬНЫЕ ЛОЗУНГИ В РУССКОМ
КОММУНИКАТИВНОМ ПРОСТРАНСТВЕ.
ОБЩЕЧЕЛОВЕЧЕСКИЕ ЦЕННОСТИ КАК ОСНОВА
ТОЛЕРАНТНОСТИ**

Problemy istorii, filologii, kul'tury
3 (2016), 5–12
© The Author(s) 2016

Проблемы истории, филологии, культуры
3 (2016), 5–12
©Автор(ы) 2016

**ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКАЯ СУДЬБА ГЛАВНОГО
КОММУНИСТИЧЕСКОГО ЛОЗУНГА В ВОСТОЧНОСЛАВЯНСКИХ
ЯЗЫКАХ**

Л.П. Дядечко

Киевский национальный университет им. Тараса Шевченко, Киев,
eptonim@ukr.net

Аннотация. В статье описан переход из политической фразеологии в общенациональную самого распространенного политического лозунга *Proletarier aller Länder, vereinigt euch!* в его русском (*Пролетарии всех стран, соединяйтесь!*), украинском (*Пролетарі всіх країн, єднайтеся!*) и белорусском (*Пралетарыі ўсіх краін, яднайцеся!*) эквивалентах с

*Конференция проведена при поддержке РГНФ «Публицистический арсенал общественных движений в России и Германии. Вербальные средства преодоления конфликтов и достижения толерантности» (2015, Грант №15-24-06001а(м)).

Дядечко Людмила Петровна – доктор филологических наук, профессор кафедры русского языка Института филологии Киевского национального университета им. Тараса Шевченко. E-mail: eptonim@ukr.net

марксовско-энгельсовским авторством (по некоторым данным, оно принадлежит К. Шапперу).

Изучение закрепления в речи данного оборота, во-первых, помогло уточнить в онтологическом плане различие между цитатой, которая, вопреки устоявшемуся мнению, может варьироваться благодаря разным версиям текста-источника, и крылатым выражением в узком смысле – эптонимом, поэтому их основным дифференцирующим признаком является не постоянство / непостоянство лексико-грамматической структуры, а область функционирования и номинативная направленность (эптоним используется в иных, нежели его прототип, контекстах и с иными целями – обычно номинативно-характеризующими). Во-вторых, в историко-стилистическом аспекте стало очевидным некоторое преувеличение, распространенное в науке, относительно отсутствия примеров языковой игры с анализируемым лозунгом, его негативной оценочности в публичной сфере в советское время: он встречается в речи отрицательных персонажей, даже в детском хрестоматийном произведении, в воспоминаниях, в сатирических текстах. Оценка лозунга, колеблющаяся в крайних пределах – от высокой до самой низкой, характеризуется расщепленностью. В-третьих, анализ в лингвокультурологическом аспекте трансформов призыва, возникших в результате семантических и субститутивных преобразований, демонстрирует вовлечение пролетарского лозунга в процесс новой идеологизации, и еще в большей степени – в активный во всех трех восточнославянских языках процесс деидеологизации советизмов. Языковая игра с ним переходит в последние годы, фактически, в его карнавализацию в бахтинском духе.

Ключевые слова: политический лозунг, цитата, эптоним, источник крылатого выражения, трансформация устойчивых оборотов, деидеологизация советизмов, карнавализация

Введение

Лозунгу, выдвинутому на конференции в июне 1847 г., когда произошло слияние «Союза справедливых» и «Брюссельского коммунистического корреспондентского комитета», и вынесенному вначале в качестве подзаголовка вышедшего в сентябре того же года пробного номера журнала под редакцией К. Шаппера, а затем – концовки *Proletarier aller Länder, vereinigt euch!* опубликованного в 1848 г. в Лондоне на немецком языке «Манифеста коммунистической партии» К. Маркса и Ф. Энгельса – программного документа, переведенного более чем на 100 языков и переиздававшегося сотни раз на разных континентах, – было суждено стать, пожалуй, самым распространенным. (Под марксовско-энгельсовским авторством он и вошел в обиход¹, хотя по некоторым данным² был сформулирован упомянутым немецким пролетарским революционером К. Шаппером.) С этим призывом, взятым в качестве девиза международного рабочего движения, была, фактически, перекроена политическая карта мира. В возникшем в результате осенних событий 1917-го года государстве русский (*Пролетарии всех стран, соединяйтесь!*), украинский (*Пролетарі всіх країн, єднайтеся!*), белорусский (*Пралетарыі ўсіх краін, яднайцеся!*) и другие эквиваленты этой фразы были запечатлены на гербах всех союзных и автономных республик СССР – на языках титульных наций, а также в шапках печатных органов, на банкнотах, на некоторых монетах, медалях, орденках, марках.

¹ Берков, Мокиенко, Шулежкова 2009, 259; Knowles 2001, 500; Lejeune 2001, 181.

² Sperber 2013.

Такой высокий, принятый в советское время статус оборота, наряду с другими высказываниями выразителей господствующей идеологии, по-видимому, и породил иллюзию их монументальной незыблемости в речевой практике того периода. А если исключения и были, то только в ограниченном сегменте коммуникации. Так, Н.П. Савицкий, полагая, что «в любой общественной ситуации “официальная” лексика, отражающая данную действительность в нейтральном или положительном ключе, имеет иронизирующее и отрицающее “зеркальное отражение”», отмечал, что «в эпоху тоталитаризма этот второй слой <...> выражений, передающих отрицательное отношение к обществу того времени, существовал в устной форме, а также в “самиздате” и “тамиздате”»³.

Проблема переосмысливания и видоизменения официальных максим, и в частности рассматриваемой, непосредственно связана с решением не только вопросов деидеологизации, но и в целом теории и практики функционирования в национальных языках авторских высказываний и других типов устойчивых словесных комплексов.

Как частотное, встречаемое повсеместно речеобразование, девиз является цитатой (с известным или анонимным автором) по определению, что на первый взгляд свидетельствует в пользу постоянства его формально-содержательных характеристик. На аутентичности цитаты настаивал А. Кошелев, говоря о другом немецком афоризме: «Всемирно известное выражение К. Маркса “Философы лишь различным образом объясняли мир, но дело заключается в том, чтобы изменить его” <...> воистину “крылато”, но оно остается в таком виде цитатой, ибо в цитате <...> нельзя изменить ни одного слова, ее нельзя подвергнуть ни малейшей деформации, что повсеместно происходит с так называемыми “крылатыми словами”»⁴.

Под «крылатостью» в первом случае филолог подразумевал глобальную распространенность марковского утверждения, во втором – разряд, выделяемый во фразеологии, дифференцируя, таким образом, крылатые выражения и цитаты по признаку возможности / невозможности каких-либо преобразований. Однако следует учитывать, что, во-первых, текст, из которого извлекается собственно цитата, может иметь варианты; во-вторых, достичь ее абсолютного единообразия, если она переводная, удастся не всегда, особенно если переводчик избирает стратегию доместикации. Это подтверждает и бытование анализируемого призыва. Так, заключительная фраза «Манифеста» в английском издании 1888-го года, отредактированном Ф. Энгельсом, была обращена к рабочим, трудящимся (англ. *workers*)⁵. По мере расширения круга борцов с мировым капиталом первое слово на плакатах нередко заменялось на *трудящиеся / рабочие – трудящі / робітники – працоўныя / рабочыя*. В разные периоды лексический состав надписи на белорусском гербе менялся: *Пралетарыі ўсіх краін / краеў, злучайцеся / яднайцеся!* Ньюансы перевода немецкого высказывания на русский хорошо раскрывает эпизод, описанный З. Воскресенской в повести «Сердце матери» (1963–1965): [*Митя прочитал по-немецки и] вслух перевел: «Пролетарии всех стран, объединяйтесь!»*. Владимир

³ Савицкий 1996, 155–156.

⁴ Кошелев 1969, 253.

⁵ О месте этого лозунга в публицистике первых десятилетий Сов. республики см. в: Шулежкова 2015, 90.

Ильич повернул голову к брату: «Нет, не “объединяйтесь”, а “соединяйтесь”». – «Смысл один и тот же», – возразил Митя. «“Объединить” – это собрать вместе, а “соединить” – значит слить воедино». Такие нюансы, впрочем, нивелировались в обиходе, что в итоге привело к узуальному варьированию глагольной части фразы.

Наконец, отношение противоборствующих сторон к лозунгу *Пролетарии всех стран, соединяйтесь!*, принадлежащему к тем формулам, «которые вообще являются наиболее типичными элементами всякой фразеологии, в особенности же – фразеологии политической»⁶, было разным: для одних он – боевое напутствие, руководство к действию (см. листовку социал-демократов «Ко всем петербургским рабочим» от 8 января 1905-го года⁷), для других – средоточие угрозы, повод для негодования, презрения и под. То же наблюдаем в непосредственно не связанных с политической деятельностью текстах, содержащих рефлексивы⁸; сравн., с одной стороны: *В е л и к и й призыв «Пролетарии всех стран, соединяйтесь!» заставлял биться воедино сердца миллионов рабочих* (М. Шагинян. Как я писала «Месс-менд», 1926); *...п о в и н н ы б у т и для кожного робітника с в я т и м и с і слова: Робітники з усіх країн, єднайтесь!* (Л. Українка. Додаток від впорядника... (1899–1900), – а с другой: *Уезжаю и п р о к л и н а ю любезное отечество со всеми его социал-демократиями, фракциями, революциями, стачками, маевками и пролетариями всех стран соединяйтесь!* (В. Катаев. Хуторок в степи, 1956. Разрядка везде – Л. Д.).

В 20-е годы прошлого века лозунг использовался довольно часто в шуточных и подобных контекстах, например, в ироническом модернистско-авангардистском произведении: *В развалинах Акведука заседает коллегия поэтов. Фанний встал в позу риторическую, проткнул рукой пустое небо, пошарил там, нашел плакат: «Пролетарии всех стран соединяйтесь!»* (К. Вагинов. Звезда Вифлеема, 1922). В этот период он встречается с негативной оценкой даже в научном тексте (1923), где автор характеризует определенный этап употребления оборота в политическом дискурсе: *...такой и з б и т ы й в сущности лозунг, как «пролетарии всех стран, соединяйтесь!», в эпоху Керенского и в первый период Октябрьской революции назвучал совсем по-новому, сочно, напористо, убедительно*⁹.

Приведенные примеры показывают, что дифференциация цитат и крылатых выражений связана не столько с аутентичностью первых (цитаты могут варьироваться по указанным выше причинам и подвергаться семантической трансформации, коннотативно расщепляясь в речи идеологических противников), сколько с характером воспроизведения обоих типов образований. Исследуемый лозунг остается цитатой, пока не покидает своего изначального политического пространства. В этом качестве он, фактически, и был впервые зафиксирован во всех восточнославянских языках авторами словарей, выполненных в жанре крылатых слов и выражений¹⁰.

Выступая не руководством к действию, а своеобразным знаком единства ми-

⁶ Винокур 2006, 113.

⁷ Ушаков 1975, 161.

⁸ Вепрева 2005.

⁹ Винокур 2006, 113.

¹⁰ Займовский 1930, 300; Коваль, Коптілов 1964, 391; Иванова 2006, 80.

рового пролетариата, революционных событий, лозунг отрывается от первоначального контекста, превращаясь в эпитоним – крылатое выражение в узком смысле, становясь частью общенациональной фразеологии. Симптоматичен в этом отношении пример из катаевского произведения, демонстрирующий эту диалектику.

Пример из детской хрестоматийной повести показателен и как свидетельство более широкой, чем это предполагают ученые, области применения «зеркальных отражений» советизмов, хотя, безусловно, многие тексты, в том числе с переделками пролетарского лозунга, не увидели свет по идеологическим причинам, в особенности после того, как девиз международного рабочего движения стал атрибутом советского государства. Ср.: фраза *Bird-watchers of the world unite!* из романа Комптона Маккензи, по словам С. Шерри, «после вмешательства редактора «Иностранной литературы» была передана как «Сомкните ряды, птицеловы мира!», что устраняло ее сходство с растиражированным лозунгом»¹¹.

Как всякое крылатое выражение, лозунг подвергался трансформации в речи, сохраняя при этом высокую или приобретая нейтральную окраску: [*На могиле Александра Грина*], где раньше лежал простой серый камень, на котором кто-то выцарапал: «**Романтики всех стран, соединяйтесь!**», нынче установлен памятник (Н. Самвелян. Билет в страну Гринландию, 1975). Шутливые или несущие негативную оценку трансформы продолжали вкладываться в уста отрицательных персонажей, воспроизводиться в ранее опубликованных произведениях, в воспоминаниях, ср.: *Хотя В. Л. Дуров не одобрял футуристов, он сам был эксцентриком, и спектакль, которым он открыл свой театр для детей, назывался: «Защиты всех стран, соединяйтесь!»*. Я хорошо помню его содержание. Вначале заяц приподымал деревянный переплет большой книги, на котором значилось «Капитал»... (И. Эренбург. Люди, годы, жизнь, 1960–1965).

Полный спектр стилистической окрашенности трансформов рассматриваемого призыва представлен уже в перестроечное время. Сейчас его переделок в восточнославянских языках так много, что, по всей вероятности, отыщутся все возможные для данной структуры разновидности преобразований устойчивых словесных комплексов, обобщенные А. М. Мелерович и В. М. Мокиенко в исчерпывающем списке, отражающем фразеопотребление в русском языке, но носящем универсальный характер¹².

Для эпитонима с прототипом-партийным лозунгом представляется более интересным лингвокультурологический аспект трансформаций, показывающий динамику общественного сознания в ее связи с изменениями в лексике и фразеологии восточнославянских языков, тем более что именно входящий в состав призыва политический концепт чаще всего оказывается под прицелом говорящих, подвергаясь замене или – реже – переосмыслению.

Семантическая модификация политического термина приводит к его деидеологизации – утрате им идеологических добавок и приращений¹³: «**Пролетарии всех стран, соединяйтесь!**» в истреблении обезьян! (А. Волков. Год гориллы, 2010); *Диктант – Пролетарі всіх країн, єднайтеся!* (шкільний гумор).

¹¹ Венявкин 2012.

¹² Мелерович, Мокиенко 2001, 17–32.

¹³ Купина 2000.

Результатом его субституции может быть как деидеологизация фразы, так и ее новая идеологизация, когда замещающее слово обозначает политический класс, партийцев, представленная в СМИ, однако, на порядок реже: *Глобалізація формується під іншими гаслами: найбагатіші капіталісти всіх країн, єднайтеся!* (Галичина, 14.02.2016), *Зяленія ўсіх країн, яднайцеся!* (radiopark.narod.ru, 17.10.2015). Деидеологизированный призыв к объединению обращен к представителям иных социальных групп, причем весьма многочисленных. Они выделяются в зависимости от пола и сексуальной ориентации: *Женщины всего мира, объединяйтесь!* (Газета, 2000, архив), *Андрогини всіх країн, єднайтеся!* (В контакте, 03.03.2016), *Гэтэрасэксуалы ўсіх країн, яднайцеся!* (Компьютерные вести, 20.07.2003); возраста: *Пожилые люди всех стран – объединяйтесь!* (3vozrast.ru, архив); дохода: *Миллиардеры всех стран – соединяйтесь!* (Российская газета, 15.03.2016), *Голодранці усіх країн, єднайтеся!* (Форум Краматорска, 20.05.2010); национальности: *Беларусы ўсіх країн, яднайцеся!* (by-trash.livejournal, 26.06.2012), *Зелянейшыя ўсіх країн – яднайцеся!* (об ирландцах – susvet.info, архив); места жительства: *Одесити всіх країн, єднайтеся!* (odessahistory.org.ua); профессии, рода занятий, увлечений: *Письменнікі ўсіх країн, яднайцеся!* (Літаратура і мастацтва, 10.02.2012), *Филателисты (мотоциклисты, кролиководы, театроведы) всех стран – объединяйтесь!* (Известия, 19.08.1991); имени, фамилии: *Ротшильды всех стран, объединяйтесь!* (Эксперт, 2012, № 15), *Барысавічы ўсіх країн, яднайцеся!* (Браслаўская звязда, 17.06.2014); внешнего вида, особенностей поведения, психики и т. д. и т. д.

Замена первого слова лозунга на неодушевленное существительное, лишая выражение идеологической коннотации, обычно придает ему шуточный оттенок: *В Петербурге показали уникальные дамские сумочки. Название <...> звучит почти как у Карла Маркса – «Сумочки всех стран, соединяйтесь!»* (Российская газета, 11.03.2016).

Заключение

Итак, в восточнославянских языках главный коммунистический лозунг прошел несколько стадий, вначале закрепившись в составе только политической фразеологии как идеологема, а затем и в общенациональной – в качестве эпонима с расщепленной оценочностью и разнообразной стилистической окраской своих трансформов, свидетельствующих о деидеологизации и, более того, о карнавализации (в бахтинском духе) фразы-клише.

ЛИТЕРАТУРА

- Берков, В.П., Мокиенко, В.М., Шулежкова, С.Г. 2009: *Большой словарь крылатых слов и выражений русского языка*: в 2 т. Т. 2. Магнитогорск–Greifswald.
- Венявкин, И. 2012: Международная конференция «Соцяз: языковые режимы при социализме» (Принстон, 20–22 мая 2011 г.). *Новое литературное обозрение* 113. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://magazines.russ.ru/nlo/2012/113/ve50.html>
- Вепрева, И.Т. 2005: *Языковая рефлексия в постсоветскую эпоху*. М.
- Винокур, Г.О. 2006: Один из вопросов языковой политики (о революционной фразеологии). В кн.: Г.О. Винокур (ред.), *Культура речи*. М., 106–126.

- Іванова, С.Ф. (рэд.) 2006: Крылатыя выразы ў беларускай мове: Тлумачальны слоўнік. Ч. 2: *З рускамоўных літаратурных і фальклорных крыніц XII–XX стст.* Магілёў.
- Коваль, А.П., Коптілов, В.В. 1964: *1000 крылатих виразів української літературної мови.* Київ.
- Кошелев, А. 1969: О так называемых «крылатых словах» в современном русском литературном языке и их источниках. *Годишник на Софийский университет. Факултет по славянски филологии* 62, 245–291.
- Купина, Н.А. 2000: Языковое строительство: от системы идеологем к системе культурем. *Русский язык сегодня* 1, 182–189.
- Мелерович, А.М., Мокиенко, В.М. 2001: *Фразеологизмы в русской речи. Словарь: ок. 1000 ед.* М.
- Савицкий, Н. 1996: Позитивное и негативное отражение общества в языке. В сб.: Ю.Н. Караулов, М.В. Ляпон (ред.), *Словарь. Грамматика. Текст.* М., 155–159.
- Ушаков, А.В. (ред.) 1975: *Революция 1905–1907 годов: документы и материалы.* М.
- Шулежкова, С.Г. 2015: К истории формирования российского публицистического арсенала начала XXI столетия. В кн.: *Публицистический арсенал общественных движений России и Германии. Вербальные средства преодоления конфликтов и достижения толерантности.* Магнитогорск–Greifswald, 64–95.
- Knowles, E. (ed.) 2001: *The Oxford Dictionary of Quotations.* Oxford.
- Lejeune, A. (ed.) 2001: *The Concise Dictionary of Foreign Quotations.* Chicago–London.
- Sperber, J. 2013: *Karl Marx: A Nineteenth-Century Life.* New York–London.

REFERENCES

- Berkov, V.P., Mokienko, V.M., Shulezhkova, S.G. 2009: *Bol'shoj slovar' krylatyh slov i vyrazhenij russkogo jazyka: v 2 t. T. 2.* Magnitogorsk–Greifswald.
- Ivanova, S.V. (рэд.) 2006: Krylatyja vyrazy ў belaruskaj mове: Tlumachal'ny sloŭnik. Ch. 2: *Z ruskamoŭnyh litaraturnyh i fal'klornyh krynic XII–XX stst.* Magileŭ.
- Knowles, E. (ed.) 2001: *The Oxford Dictionary of Quotations.* Oxford.
- Koshelev, A. 1969: О так называемых «крылатых словах» в современном русском литературном языке и их источниках. *Godishnik na Sofijskiy universitet. Fakultet po slavyanskij filologii* 62, 245–291.
- Koval', A.P., Koptilov, V.V. 1964: *1000 krilatih viraziv ukrains'koy literaturnoy movi.* Kiev.
- Kupina, N.A. 2000: Jazykovoe stroitel'stvo: ot sistemy ideologem k sisteme kul'turem. *Russkij jazyk segodnja* 1, 182–189.
- Lejeune, A. (ed.) 2001: *The Concise Dictionary of Foreign Quotations.* Chicago–London.
- Melerovich, A.M., Mokienko, V.M. 2001: *Frazeologizmy v russkoj rechi. Slovar': ok. 1000 ed.* Moscow.
- Savickij, N. 1996: Pozitivnoe i negativnoe otrazhenie obshhestva v jazyke. In: Ju.N. Karaulov, M.V. Ljapon (red.), *Slovar'. Grammatika. Tekst.* Moscow, 155–159.
- Shulezhkova, S.G. 2015: K istorii formirovaniya rossijskogo publicisticheskogo arsenala nachala XXI stoletija. In: *Publicisticheskij arsenal obshhestvennyh dvizhenij Rossii i Germanii Verbal'nye sredstva preodolenija konfliktov i dostizhenija tolerantnosti.* Magnitogorsk–Greifswald, 64–95.
- Sperber, J. 2013: *Karl Marx: A Nineteenth-Century Life.* New York–London.
- Ushakov, A.V. (red.) 1975: *Revoljucija 1905–1907 godov: dokumenty i materialy.* Moscow.
- Venjavkin, I. 2012: Mezhdunarodnaja konferencija «Socjaz: jazykovye rezhimy pri socializme» (Prinston, 20–22 maja 2011 g.). *Novoe literaturnoe obozrenie* 113, <http://magazines.russ.ru/nlo/2012/113/ve50.html>
- Vepreva, I.T. 2005: *Jazykovaja refleksija v postsovetSKUju jepohu.* Moscow.

Vinokur, G.O. 2006: *Odin iz voprosov jazykovej politiki (o revoljucionnoj frazeologii)*. In: G.O. Vinokur (red.), *Kul'tura rechi*. Moscow, 106–126.

THE PHRASEOLOGICAL FATE OF THE MAIN COMMUNIST SLOGAN IN EASTERN SLAVIC LANGUAGES

Ludmila P. Dydechko

Taras Shevchenko National University of Kiev, Ukraine,
eptonim@ukr.net

Abstract. The article explores the way the popular political slogan *Proletarier aller Länder, vereinigt euch!* which origin is traced to the pamphlet by Karl Marx and Friedrich Engels (according to other sources, the slogan belongs to K. Schapper) in its Russian (*Пролетарии всех стран, соединяйтесь!*), Ukrainian (*Пролетарі всіх країн, єднайтеся!*) and Belorussian (*Пролетарыі ўсiх краiн, яднайцеся!*) versions has become the part of common phraseology.

The study of anchoring in the speech of the turnover, first, helped to clarify the ontological perspective, the difference between the quote, which, contrary to popular belief, may vary due to different versions of the source text, and the popular expression in the narrow sense, i.e. the eponym; so their main differentiating feature is not the permanence / impermanence of lexicogrammatical structures, but the sphere the unit functions in and its nominative orientation (an eponym is used in the contexts other than its prototype and it has a nominative and characterizing orientation). Secondly, the statement that there are no cases of wordplay with the slogan and no negative connotation in its usage during the Soviet period proves to be an exaggeration: actually, it is found in the speech of negative characters, even in a children's textbook piece of memories, satirical texts. The connotation of the slogan varies from high to an extremely low one. Thirdly, the linguistic and cultural analysis of the phrase modifications that appeared as a result of semantic and substitutive modifications indicates that the communist slogan is involved in the process of new ideologization and, moreover, in an active de-ideologization process of sovietisms in the three Eastern Slavic languages. Recently, the wordplay with the slogan has become carnivalesque, according to Bakhtin's term.

Key words: political slogan, quotation, eponym, winged word source, set phrase modification, de-ideologization of sovietisms, carnivalesque



ЛОЗУНГИ И ПРИЗЫВЫ БИБЛЕЙСКОГО ПРОИСХОЖДЕНИЯ В РУССКОМ ЯЗЫКЕ

П.М. Костина

*Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова,
Магнитогорск,
komshina.polina@mail.ru*

Аннотация. После Крещения Руси фразеологический фонд русского языка обогатился различными устойчивыми структурами библейского происхождения. Многие из них в трансформированном виде продолжают использоваться и сейчас. Во все времена Библия являлась источником мудрости. Известные ораторы и политики прошлого часто обращались к тексту Священного Писания. В советское время библейские тексты стали основой для многих политических лозунгов, которые призывали не только бороться с враждебным классом поработителей и угнетателей, но и служили пропагандой социалистических идеалов. Библейские изречения дали жизнь различным лозунгам и призывам, идейными доминантами которых стали такие христианские ценности, как равенство, самопожертвование, коллективизм и бескорыстие. Короткие и эмоциональные фразы не только легко запоминались, но и находили отклик в сердцах советских людей. Анализ публицистических материалов выявил существование тесной взаимосвязи между нравственными и эстетическими ценностями, установившимися в социуме в определенный исторический период и набором публицистических средств. Крушение коммунистических идеалов отразилось на публицистическом фонде русского языка. Стало возможным говорить о новом взгляде на привычные советские лозунги и афоризмы, которые подверглись процессу снижения идеологической и стилистической значимости, варьирования компонентов в составе лозунга и эксплицирования. В современной России идейные доминанты советской публицистики были переосмыслены, лозунги, которые призывали усердно трудиться и бороться за счастье всего человечества, лишились своей торжественности. Многие из них теперь высмеиваются или становятся основой для публицистических трансформов.

Ключевые слова: лозунг, призыв, устойчивая фраза, публицистика, библейский

Введение

Публицистический стиль обслуживает широкую сферу общественных отношений: социально-политических, культурных, спортивных и др. Основные средства публицистического стиля часто рассчитаны не только на сообщение, информацию, логическое доказательство, но и на эмоциональное воздействие на аудиторию. Они помогают формировать общественное мнение и активно воздействуют на разум и чувства человека. Внушаемость посредством слова является неотъемлемым свойством человеческой психики. Уже в античное время иску-

Костина Полина Михайловна – аспирант кафедры русского языка, общего языкознания и массовой коммуникации Магнитогорского государственного технического университета им. Г.И. Носова.
E-mail: komshina.polina@mail.ru

ство убеждать считалось одним из ценнейших навыков. Как призвать человека к действию? Или, например, как заставить солдата пойти на риск в бою? Что сказать своему народу, чтобы быть услышанным? Первейшим универсальным средством управления массами являются именно лозунги.

Новейший словарь иностранных слов и выражений дает следующее определение термину *лозунг*: «Лозунг [нем. Losung] 1) до XX в. – условное секретное слово (короткий пароль), употреблявшееся при сторожевом охранении войск; 2) призыв, выражающий в краткой и броской форме руководящую идею, задачу, требование»¹. Х. Вальтер указывает на то, что термин *лозунг* «демонстрирует функционально-семантическое отличие от других разрядов устойчивых фраз»². Основными содержательными характеристиками лозунга являются тематическая однофокусность, максимальная эксплицитность, злободневность, аксиологическая маркированность и эмоциональность³.

Общественные проблемы оказывают влияние на формирование жанрового многообразия публицистических материалов. Наряду с лозунгами существуют и другие, близкие по значению публицистические жанры, – девиз, призыв и слоган.

Фразеологический корпус русского языка богат различными устойчивыми структурами, которые появились у восточных славян после Крещения Руси и осваивались ими в течение целого тысячелетия. Начало этому процессу было положено в X–XI вв., когда восточные славяне приобщились к христианскому вероисповеданию через общий литературный язык всего славянского мира. Старославянские памятники свидетельствуют о наличии в общем для всей Славии языке различного рода устойчивых фраз (УФ). Многие из них продолжают использоваться носителями современных славянских языков, но уже в трансформированном виде. С.Г. Шулежкова указывает на то, что «УФ претерпевали, наряду с семантическими изменениями (развитием значения в сторону обобщения, абстрагированием), этап варьирования, связанный с приспособлением их к графической, звуковой, лексической и грамматической системе языка-рецептора»⁴.

Интерес к Библии повысил активность употребления в художественных и публицистических текстах библеизмов, т.е. устойчивых словосочетаний, формул, возникших на основе библейских сюжетов. В УФ библейского происхождения заложены общечеловеческие ценности. Изречения из Библии с легкостью привлекают к себе внимание масс и находят отклик в сердцах многих людей, т.к. они апеллируют к лучшим человеческим качествам, таким, как честность, порядочность, трудолюбие, доброта. Некоторые библейские обороты с течением времени стали политическими лозунгами и вошли в публицистический арсенал советской эпохи. Затем их унаследовали и российские политические партии.

Лозунг *Кто был ничем, тот станет всем* восходит к библейскому выражению *Так будут последние первыми, и первые последними, ибо много званых, а мало избранных* (Мф 19: 2–16)⁵. Строка эта взята из проповеди Иисуса о хозяине дома, который вышел рано поутру нанять рабочих для своего виноградника. Сна-

¹ Адамчик 2007, 481.

² Вальтер 2015, 7–8.

³ Шейгал 2000, 341–342.

⁴ Шулежкова 2015, 36.

⁵ Мокиенко, Лилич, Трофимкина 2010, 282.

чала он нанимает одну группу людей и договаривается об оплате в один динарий, потом всякий раз, выходя на площадь и видя праздных людей, призывает и их на работу. В конце рабочего дня хозяин виноградника дает указание своему управляющему, чтобы он раздал плату рабочим, сделав это следующим образом: вначале последним и потом тем, кто пришел рано утром. Пришедшие первыми, видя такую щедрость господина, подумали, что они смогут получить больше, нежели те, кто проработал только один час. Но так не случилось. Все получили поровну. Смысл проповеди состоял в том, что для Бога все равны. Независимо от того, когда человек войдет в Царство Божие: в юности или на закате своих дней. В Царстве Божиим нет человека первого или последнего, более любимого или того, кто стоит на задворках. Каждый ценен для Бога, независимо от того, первым он пришел или последним.

Со временем смысл библеизма *Так будут последние первыми, и первые последними* претерпел изменения. В 1871 г. Э. Потье использует эту строчку из Библии в стихотворении «Интернационал», слова которого впоследствии были положены на музыку и стали международным пролетарским гимном. Текст гимна был переведен на многие европейские языки, стал знакомым и узнаваемым представителями рабочего класса. Однако именно в России «Интернационал» получил долгую жизнь: в 1918 его признали официальным гимном РСФСР; с 1922 по 1944 гг. он был гимном СССР. Строки этого произведения призывали пролетариат бороться с миром насилия и порабощения. Впоследствии из них рождаются лозунги, которые вошли в публицистический арсенал советской эпохи: *Вставай, проклятьем заклейменный, Весь мир голодных и рабов; Кипит наш разум возмущенный, И в смертный бой вести готов; Весь мир насилия мы разрушим, До основания; Мы наш, мы новый мир построим; Кто был ничем, тот станет всем* (перевод А. Я. Коца).

В современном русском языке оборот *Кто был ничем, тот станет всем* часто используется в ироническом значении и используется в отношении людей, незаслуженно занявших высокое место, или в отношении социальной практики, когда движение недостойных людей «наверх» оказывается возможным: *«Кто был никем, тот станет всем» Бред, скажете? Напрасно; Да оглянитесь Вы вокруг; И все Вам станет ясно; Вчерашний двоечник – юрист; Вор – депутат Госдумы; Чувак без голоса – артист; Коль предки толстосумы⁶; [Титок]: Я сполняю приказ Советской власти, увеличиваю посев. А работников имею по закону: у меня баба в женских болезнях. Я был ничем и стал всем, все у меня есть, за это я и воевал⁷.*

Кто не с нами, тот против нас – еще один социалистический лозунг, имеющий библейские корни⁸. Эта УФ имеет отношение к эпизоду из библейского повествования о том, как Иисус излечил бесноватого, который был слеп и нем. Вскоре этот человек стал и говорить, и видеть. Фарисеи же, имея дурные помыслы, подвергли чудеса исцеления сомнению и сказали людям, что Иисус изгоняет бесов не иначе, как силой князя бесовского. Зная их замыслы, Иисус отвечал: *Всякое царство, разделившееся само в себе, не устоит. И если сатана сатану изгоняет,*

⁶ Зон 2013.

⁷ Шолохов 1986/1.

⁸ Мокиенко, Лилич, Трофимкина 2010, 283.

то он разделился сам с собою: как же устоит царство его? (Мф 12: 22–30). Потом Иисус приводит в пример грабителей и говорит о том, что невозможно похитить имущество сильного, перед этим не одержав над ним победы, т.е. бесы не оставят человека по доброй воле, их приходится побеждать. Он подчеркивает, что духовная борьба и есть дело всей жизни, и заканчивает проповедь словами: **«Кто не со Мною, тот против Меня; и кто не собирает со Мною, тот расточает»** (Мф 12: 30–31). Рассказав эти притчи, Иисус обращается к иерусалимским посланцам с грозным предостережением. Не только фарисеи, но и те, кто следует за ними, отвергнув Иисуса, могут оказаться против Бога. *Кто не со Мной, тот против Меня* – в великой битве Божьего Посланца с Сатаной невозможно соблести нейтралитет. Утверждать, что Иисус действует силой Сатаны – значит стать на сторону Сатаны против Бога. Тот, кто не помогает Иисусу собирать силы в борьбе против зла, тот расточает, то есть рассеивает их. Фарисеи пользовались авторитетом среди народа, и их клевета играла зловещую роль, отрывая людей от Иисуса. В советское время лозунг *Кто не с нами, тот против нас* отражал классовую ненависть и был связан с агрессивной революционной пропагандой. Он употреблялся как угроза в отношении не только инакомыслящих, но и в отношении политически нейтральных представителей социалистического общества: *На бой / последний / класса оба / сегодня / сошлись / лицом к лицу. И песня / и стих / это бомба и знамя / и голос певца / подымает класс / и тот / кто сегодня / поет не с нами / тот / против нас*⁹.

Афоризм из фильма С. Эйзенштейна «Александр Невский» *Кто с мечом к нам придет, от меча и погибнет!* приобрел широкую известность в 1938 г. после выхода фильма на экраны¹⁰. Данная реплика была вложена в уста Александра Невского сценаристом П.А. Павленко. В ее основе лежит известное евангельское выражение *Взявшие меч, мечом погибнут* (Мф 26: 50–53). Один из людей, бывших рядом с Иисусом во время ареста ударил раба мечом и отсек ему ухо. Увидев это, Иисус приказал ему возвратить меч на место, так как те, кто поднимают меч, сами же от него и погибают. Фраза напоминает о бессмысленности войны, она имеет назидательный смысл. Впоследствии она стала использоваться в отношении различного рода агрессоров как предостережение, т.к. тот, кто применяет насилие, будет наказан насилием: *В нашем городе тоже был фронт – в тылу. Горожане совершали трудовые подвиги. Каждый второй танк и каждый третий снаряд был из магнитогорской стали. Нам присвоили звание «Город трудовой доблести и славы», – сказал исполняющий полномочия главы города Виталий Бахметьев. В праздничной обстановке Виталию Бахметьеву вручили меч Победы с надписью «Металлургам Магнитки от оружейников Златоуста». Со словами «Кто с мечом придет, тот от него и погибнет!» он обнажил оружие»*¹¹.

Оборот *Кто с мечом к нам придет, от меча и погибнет!* в современном русском языке стал базой для многих политических и спортивных трансформов, имеющих шуточный или ироничный оттенок. Он часто используется в газетных заголовках и в других публицистических жанрах: ***Кто к нам с мечом придет – тот полный идиот, честное слово*** (фото с сайта picscomment.com с изображением

⁹ Маяковский 1927.

¹⁰ Мокиенко, Лилич, Трофимкина 2010, 311.

¹¹ Бахметьев 2015.

российской военной техники); *Главный раввин: кто с ножом к нам придет, от него и погибнет* (заголовок статьи, посвященной выступлению главного раввина Израиля Ицхака Йосефа. В выступлении он призывает уничтожать террористов, которые нападают на израильтян: *Если террорист пришел с ножом убивать, есть предписание убить его*)¹²; *Кто к нам с мечом придет, тот в орало и получит*¹³; *Кто с мечом к нам придет, тот от текилы не погибнет* (заметка в молодежной газете о костюмированной вечеринке в средневековом стиле)¹⁴; *Кто с санкциями к нам придет ... тот «... вечно хочет зла и вечно совершает благо»* (статья, посвященная санкциям в отношении России в разные исторические эпохи)¹⁵.

Лозунг *Кто не работает, тот не ест* получил широкое распространение после Октябрьской революции. Этот оборот был взят из статьи В.И. Ленина «О голоде». Данное христианское наставление в 20-е годы прошлого века приобретает карательный оттенок, лишая любого неработающего человека, вне зависимости от причин, возможности получить пропитание. Исторически фраза связана со 2-м Посланием апостола Павла Фессалоникийцам. В Послании Павел предлагал определенные правила поведения христианина. Одно из правил гласило о том, что каждый христианин должен постоянно и упорно трудиться, никого не обременять и не есть хлеб даром: *Завещаем же вам, братия, именем Господа нашего Иисуса Христа, удаляться от всякого брата, поступающего бесчинно, а не по преданию, которое приняли от нас, ибо вы сами знаете, как должны вы подражать нам; ибо мы не бесчинствовали у вас, ни у кого не ели хлеба даром, но занимались трудом и работою ночь и день...* (2Фес 3: 6–12). В библейском тексте этот оборот иллюстрировал трудовую повинность, которую должен был нести каждый раб. Со временем формула *Кто не работает, тот не ест* была переосмыслена как основной принцип социализма, не допускающего паразитизма и тунеядства: [Грудина:] *Есть такая шутка: разница между тунеядцем и молодым поэтом в том, что тунеядец не работает и ест, а молодой поэт работает, но не всегда ест.* [Общественный обвинитель Сорокин:] *Процветает только то общество, где нет безделья. Бродский далек от патриотизма. Он забыл главный принцип – кто не работает, тот не ест* (запись судебного заседания над Бродским)¹⁶.

Смена политического и экономического курсов страны и крушение коммунистических идеалов отразились прежде всего на языке публицистики. Многие идейные доминанты советизмов были переосмыслены, высмеяны или низвергнуты. Современные средства массовой информации теперь отражают не только позицию официальной власти в России, но и оппозиционные точки зрения. Именно эти причины обусловили дальнейшую судьбу советских лозунгов. Частая их цитируемость и воспроизводимость в СМИ привели к тому, что на их основе стали возникать новые лозунги, отражающие новые реалии жизни.

С.Г. Шулежкова указывает на то, что лозунги-советизмы претерпевают ряд структурных и стилистических изменений, которые были обусловлены опреде-

¹² Йосеф 2016.

¹³ Развлекательный проект.

¹⁴ Молодежная газета «Молодой» 2004, <http://www.molodoi-gazeta.ru/article-108.html>.

¹⁵ <http://diletant.media>.

¹⁶ Эхо России 2012, <http://ehorussia.com/new/node/6178>.

ленными историческими причинами. Часто сама модель лозунга используется для словесной игры безотносительно к его узуальному значению. В структуре других советизмов произошла замена значимых компонентов, в результате чего нарушаются ассоциативные связи и крылатое выражение теряет известную значимость. Некоторые советские лозунги подверглись или эксплицированию, или лексическому варьированию, в результате которого компоненты с положительной коннотацией были замещены компонентами с отрицательной коннотацией¹⁷.

В заголовках современных статей активно используется приеммены одного или нескольких ключевых компонентов в составе лозунга на лексему совершенно неожиданную, соседство с которой кажется на первый взгляд абсурдным: **Кто к нам с мечом придет, тот от булав и погибнет**, – предупредили собравшиеся на Хортице казаки (заголовок статьи о молодых казаках и казачках, принимающих участие в сборах активистов военно-патриотической игры)¹⁸; **Кто не работает, тот... уголовник?** (заголовок статьи о введении уголовной ответственности за тунеядство)¹⁹; **Кто не работает, тот не отдыхает!** (заголовок статьи о студенческих трудовых отрядах)²⁰ и др.

Заключение

Лозунговый набор России формировался из разных источников. В первые годы после Октябрьской революции такими источниками становились рабочие песни, патриотические фильмы, выступления политических лидеров, литературные произведения и библейские тексты. В Советской стране ценились такие качества, как бескорыстность, честность, коллективизм, самопожертвование, равенство и трудолюбие. Именно эти ценности были естественны для еще недавно верующих рабочих и крестьян, и именно они поддерживались православием. Отлучив советского человека от церкви, лидеры революционного движения не переставали, тем не менее, обращаться к Библии, извлекая из нее наиболее яркие цитаты и превращая их в краткие и экспрессивные лозунги-призывы, которые были бы понятны всем без исключения и находили бы отклик в сердцах простого народа. Смена политического строя страны отразилась и на публицистике, которая по-новому взглянула на лозунговый арсенал ушедшей эпохи. Советские лозунги утратили свою торжественность и идейно обесценились. В современной России они стали употребляться в ироническом ключе, и некоторые из них перешли в разряд отрицательных. Хорошо знакомые всем и легко запоминающиеся модели советских лозунгов служат основой для многих современных публицистических трансформов, которые появляются в результате словесной игры или варьирования компонентов.

ЛИТЕРАТУРА

Адамчик, В.В. (ред.) 2007: *Новейший словарь иностранных слов и выражений*. Минск.

¹⁷ Шулежкова 2002, 255–264.

¹⁸ Индустиалка 2014, <http://iz.com.ua/zaporoje/47040>.

¹⁹ Центр Сулакшина 2015.

²⁰ Рубцовский индустриальный институт АлтГТУ 2014.

- Берков, В.П. Мокиенко, В.М. Шулежкова, С.Г. 2008: *Большой словарь крылатых слов и выражений русского языка: ок. 5000 ед.*: в 2 т. Магнитогорск–Greifswald.
- Вальтер, Х. 2015: Лозунг: пароль к истории. В кн.: *Публицистический арсенал общественных движений России и Германии. Вербальные средства преодоления конфликтов и достижения толерантности*. Магнитогорск–Greifswald, 6–22.
- Главный раввин: кто с ножом к нам придет, от него и погибнет 2016. Портал IZRUS. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://izrus.co.il/strana_i_mir/article/2016-03-13/30733.html
- Запись суда над И. Бродским, сделанная писательницей Ф. Виноградовой 2012: *Эхо России (общественно-политический журнал)*. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ehorussia.com/new/node/6178>.
- Зон, Й. 2013: *Кто был никем, тот станет всем*. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.stihi.ru/2013/08/04/7619.
- Кто не работает, тот... уголовник? 2015: *Центр Сулакишина (Центр научной политической мысли и идеологии)*. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://rusrand.ru/events/>.
- Кто не работает, тот не отдыхает! 2014: *Рубцовский индустриальный институт АлтГТУ*. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.inst.rubtsovsk.ru/news/>
- «Кто с мечом придет, тот от него и погибнет!» Магнитогорцам подарили меч Победы 2015. *Magcity74*. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.magcity74.ru/news/23801>
- Маяковский, В. 1927: *Господин «народный артист»*. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://libverse.ru/mayakovskii/>
- Мокиенко, В.М., Лилич, Г.А., Трофимкина, О.И. 2010: *Толковый словарь библейских выражений и слов: ок. 2000 ед.* М.
- Цитата № 329/1266 из Цитаты Фоменко. *Развлекательный проект WORDiKi 2015–2016*. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://wordiki.ru/aphorism/1266>
- Шейгал, Е.И. 2000: *Семиотика политического дискурса: дис. ... д-ра филол. наук*. Волгоград.
- Шолохов, М. 1986: *Поднятая целина*. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.lib.ru/PROZA/SHOLOHOW/celina.txt_with-big-pictures.html
- Шулежкова, С.Г. 2002: *Крылатые выражения русского языка, их источники и развитие*. Moscow.
- Шулежкова, С.Г. 2015: К истории формирования российского публицистического арсенала начала XXI столетия. В кн.: *Публицистический арсенал общественных движений России и Германии. Вербальные средства преодоления конфликтов и достижения толерантности*. Магнитогорск–Greifswald, 64–95.
- Шулежкова, С.Г. 2015: Отражение оранжевой революции и гражданской войны на Украине в российских СМИ (концепты «Революция» и «Война»). В кн.: *Публицистический арсенал общественных движений России и Германии. Вербальные средства преодоления конфликтов и достижения толерантности*. Магнитогорск–Greifswald, 174–199.
- Brekke, H.E. 1989: *War with Words. Language, Power and Ideology*. Amsterdam–Philadelphia, 81–91.
- Wilson, J. 1990: *Politically Speaking: the Pragmatic Analysis of Political Language*. Cambridge, 78–90.

REFERENCES

Adamchik, V.V. (red.) 2007: *Novejshij slovar' inostrannyh slov i vyrazhenij*. Minsk.

- Berkov, V.P. Mokienko, V.M. Shulezhkova, S.G. 2008: *Bol'shoj slovar' krylatyh slov i vyrazhenij russkogo jazyka: ok. 5000 ed.*: v 2 t. Magnitogorsk–Greifswald.
- Brekke, H.E. 1989: *War with Words. Language, Power and Ideology*. Amsterdam–Philadelphia, 81–91.
- Citata № 329/1266 iz Citaty Fomenko. *Razvlekatel'nyj projekt WORDiKi 2015–2016*, <http://wordiki.ru/aphorism/1266>.
- Glavnyj ravvin: *kto s nozhom k nam pridet, ot nego i pogibnet 2016*, http://izrus.co.il/strana_i_mir/article/2016-03-13/30733.html.
- «Kto s mehom pridet, tot ot nego i pogibnet!» Magnitogorcam podarili mech Pobedy 2015. *Magcity74*, <https://www.magcity74.ru/news/23801>
- Kto ne rabotaet, tot ne otdyhaet! 2014: *Rubcovskij industrial'nyj institut AltGTU*, <http://www.inst.rubtsovsk.ru/news/>.
- Kto ne rabotaet, tot... ugovovnik? 2015: *Centr Sulakshina (Centr nauchnoj politicheskoy mysli i ideologii)*, <http://rusrand.ru/events>.
- Majakovskij, V. 1927: *Gospodin «narodnyj artist»*, <http://libverse.ru/mayakovskii/>.
- Mokienko, V.M., Lilich, G.A., Trofimkina, O.I. 2010: *Tolkovyj slovar' biblejskih vyrazhenij i slov: ok. 2000 ed.* Moscow.
- Shejgal, E.I. 2000: *Semiotika politicheskogo diskursa: dis. ... d-ra filol. nauk.* Volgograd.
- Sholohov, M. 1986: *Podnjataja Celina*, http://www.lib.ru/PROZA/SHOLOHOW/celina.txt_with-big-pictures.html
- Shulezhkova, S.G. 2002: *Krylatye vyrazhenija russkogo jazyka, ih istochniki i razvitie*. Moscow.
- Shulezhkova, S.G. 2015: K istorii formirovanija rossijskogo publicisticheskogo arsenala nachala XXI stoletija. In: *Publicisticheskij arsenal obshhestvennyh dvizhenij Rossii i Germanii. Verbal'nye sredstva preodolenija konfliktov i dostizhenija tolerantnosti*. Magnitogorsk–Greifswald, 64–95.
- Shulezhkova, S.G. 2015: Otrazhenie oranzhevoj revoljucii i grazhdanskoj vojny na Ukraine v rossijskikh SMI (koncepty «Revoljucija» i «Vojna»). In: *Publicisticheskij arsenal obshhestvennyh dvizhenij Rossii i Germanii. Verbal'nye sredstva preodolenija konfliktov i dostizhenija tolerantnosti*. Magnitogorsk–Greifswald, 174–199.
- Val'ter, H. 2015: Lozung: parol' k istorii. In: *Publicisticheskij arsenal obshhestvennyh dvizhenij Rossii i Germanii. Verbal'nye sredstva preodolenija konfliktov i dostizhenija tolerantnosti*. Magnitogorsk–Greifswald, 6–22.
- Wilson, J. 1990: *Politically Speaking: the Pragmatic Analysis of Political Language*. Cambridge, 78–90.
- Zapis' suda nad I. Brodskim, sdelannaja pisatel'nicej F. Vinogradovoj 2012: *Jeho Rossii (obshhestvenno-politicheskij zhurnal)*, <http://ehorussia.com/new/node/6178>
- Zon, J. 2013: *Kto byl nikem, tot stanet vsem*, www.stihi.ru/2013/08/04/7619

SLOGANS AND APPEALS FROM THE BIBLE IN THE RUSSIAN LANGUAGE

Polina M. Kostina

*Nosov Magnitogorsk State Technical University, Russia,
komshina.polina@mail.ru*

Abstract. The author of the article suggests that after the Christianization, phraseological fund of the Russian language was enriched with different set structures from the Bible. Some of these set phrases have been transformed with the time. However, we still use them in our language. The Bible was always the source of wisdom. Many famous orators and politicians of the past quoted the Holy Writings in their public speeches. In the Soviet period, bible texts

became the base for popular communistic slogans. The Bible quotes gave birth to many slogans and appeals that promoted such Christian values as equality, self-sacrifice, community spirit and altruism. Short and emotional, these phrases spoke to soviet people. The defeat of communism influenced the publicistic fund of the Russian language. The author came to a conclusion that old soviet slogans and appeals underwent the process of stylistic and ideological transformation, variation and explication.

Key words: slogan, appeal, set phrase, publicistic writing, the Bible



Problemy istorii, filologii, kul'tury
3 (2016), 22–27
© The Author(s) 2016

Проблемы истории, филологии, культуры
3 (2016), 22–27
© Автор(ы) 2016

ХРИСТИАНСКИЕ МОТИВЫ В СОВЕТСКИХ ЛОЗУНГАХ

Н.А. Кузьмина

*Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург,
Natalia_Kuzmina@list.ru*

Аннотация. В статье рассматриваются тоталитарные системы, господствовавшие в Европе в начале XX в. – немецкий «национал-социализм», или «фашизм», и советский коммунизм. В качестве ключевого способа воздействия на народные массы в обеих системах выделяется отказ от христианского вероучения и замена его на «квазирелигию», которая в советском, внешне атеистическом, государстве приняла формы новой, партийно-коммунистической «религии» на основе прежних традиционных обрядов. На языковом материале подобная подмена выражается в использовании библейских высказываний, трансформированных и переосмысленных в соответствии с большевистской идеологией. Основным способом ее выражения явились лозунги. Автор анализирует наиболее популярные из них: «Кто не работает, тот не ест», «Кто не с нами, тот против нас», «Кто ищет, тот всегда найдет» и «Миру – мир». В статье приводится их первоисточник из Священного Писания, описывается история возникновения лозунгов, дается их толкование, иллюстрируются способы их трансформации в советскую и постсоветскую эпохи. Автор указывает на изменение первоначального смысла некоторых лозунгов с целью пропаганды советских идей и постулатов. В качестве примера функционирования данного положения приводятся примеры из публицистических текстов, отражающих функционирование и вариации указанных единиц. В постперестроечный период наблюдается десакрализация как библейских цитат, так и самих советских лозунгов. Возникает смешение стилей, «нормированного и антинормированного, своего и чужого». В результате советские лозунги теряют свою остроту и политизированность, переходя во фразеологический пласт современного русского языка.

Ключевые слова: лозунг, идеология, религия, христианство, библеизм, агитация, коммунизм, фразеологизм, крылатика

Введение

В начале XX в. в результате глобальных исторических событий политическая картина мира кардинально изменилась. Следствием Первой мировой войны и русской революции в ряде стран Европы сыграла победа диктаторских режимов, ключевой политической идеологией которой становится «национал-социализм», или «фашизм». Несмотря на идейную противопоставленность, советская система управления обнаруживала общие черты с тоталитарными западными режимами. Имевшие своей целью подчинить сознание народных масс, они использовали тождественные инструменты воздействия. Одним из этих инструментов был отказ от

Кузьмина Наталья Александровна – старший преподаватель кафедры русского языка для гуманитарных и естественных факультетов Санкт-Петербургского государственного университета.
E-mail: Natalia_Kuzmina@list.ru

традиционной религии, в первую очередь христианства, уничтожение храмов и святынь, насаждение новой квазирелигии. Но если в Германии за основу были взяты «внешние» атрибуты культа: языческие обряды, различные оккультные теории, элементы христианства при полном отказе от Ветхого завета, то Советское государство, провозгласив себя атеистическим, само стало «новой религией» со всеми присущими ей атрибутами. В свою очередь, «прямое порабощение народа – предприятие в России практически невыполнимое, поэтому методы непосредственного насилия сочетались у большевиков с активным идеологическим, агитационным воздействием»¹.

Агитация во многом по форме была основана на привычных народу христианских обрядах. Так, традиционные крестные ходы с хоругвями заменились на торжественные шествия с портретами «вождей», культ почитания Владимира Ленина в Мавзолее приобрел форму традиционного для Православия поклонения мощам, съезды КПСС заменили собой церковные соборы. Наконец, соборность русского народа была использована для создания коллективистской идеи, положенной в основу коммунизма, а высшей целью стало стремление к «светлому будущему». Характерно, что советская идеология воспринималась людьми именно как новая религия: «“А что, разве нет новой советской религии? Есть, и мощи есть, или, вернее, существует новое идолопоклонство”, – заявляют крестьяне Калужской губернии в 1927 г. в ответ на антирелигиозную пропаганду местного активиста»².

Подобная «подмена» осуществлялась и на языковом материале. На известных всем библейских сюжетах и изречениях опирались многие советские лозунги, ставшие основой коммунистической пропаганды. Они выхолащивали основное значение евангельского учения, подменяя его пропагандистским и спекулируя, таким образом, на христианской «генетической памяти» русского народа. Так, знаменитая фраза В. Ленина «Кто не работает, тот не ест», опубликованная в статье «О голоде (письмо к питерским рабочим)» в мае 1918 г., введенная в Конституцию РСФСР, восходит к тексту Второго послания апостола Павла к Фессалоникийцам: *Ибо когда мы были у вас, то завещали вам сие: если кто не хочет трудиться, тот и не ешь* (2 Фес 3: 10). В 1920-х гг. эта связь современниками еще ощущалась, что отражается в публицистике того времени: *Еще говорили, что месяц движется по орбите, что и в Библии есть кое-что верное, и всякий человек должен трудиться, чтобы есть, кто не работает, тот не ест – словом, Лева стал учеником солдатской Академии, где вся Космогония в карманах и программах*³. Наряду с этим очевидна была и фальшивость этого лозунга: *Так советская конституция, чтобы освятить труд, установившая новый завет: “кто не работает, тот не ест”, – оказалась опровергнута советской практикой, приостановившей труд для того, чтобы сократить число едоков...*⁴.

Автор данной цитаты нарочито подчеркивает параллели между традиционными христианскими ценностями и новой советской реальностью. Впоследствии же эти библейские слова стали прочно ассоциироваться с советским лозунгом <...> а также главным лозунгом предвоенных лет, которые она выкри-

¹ Снычев 2013, 325.

² Гайлит 2012, 292.

³ Пришвин 1919.

⁴ Вишняк 1922.

живает при любом скоплении народа: «Кто не работает, тот не ест», «Пятилетку в четыре года», «Каждому по труду»⁵.

Любопытно, что фраза «Кто не работает, тот не ест» вошла вторым пунктом в «Моральный кодекс строителя коммунизма» – свод принципов коммунистической морали, вошедший в текст Третьей Программы КПСС 1961 г., который также, по признанию составителей, основан на христианских заповедях. Этот «сознательный акт включения в коммунистическую идеологию религиозных элементов»⁶ был необходим для того, чтобы эти «постулаты» «“легли” на общественное сознание»⁷. Учитывая, что данный свод составлялся в период второй разрушительной богоборческой волны, становится очевидной спекуляция советской риторики на христианских ценностях.

Новое звучание это выражение приобретает в устах героя комедии Л. Гайдая «Операция “Ы”» Алексея Смирнова, провозгласившего: «Кто не работает, тот ест!». Учитывая, что кинолента вышла в 1965 г., по-видимому, сценаристы иронизировали именно над основным социалистическим лозунгом. Здесь происходит десакрализация как самого библейского текста, так и важнейшего коммунистического принципа. Дальнейшие вариации лозунг претерпевает в текстах современных публицистов: *Кто не работает, тот не ест то, что ест тот, кто работает* (Хоккей-1 (форум) 2005). Подобные трансформации характерны для периода постперестройки, где «идет постоянная переплавка высокого и низкого, сакрального и профанного, родного и чужого, нормированного и антинормированного»⁸. Публицистами «создаются тексты-загадки, требующие от читателей (не только от иностранных, но и русских) немалой языковой компетенции, широких фоновых знаний и простого желания устанавливать смысл воспринимаемого»⁹. Фраза «Кто не работает, тот не ест» вошла в фонд крылатых выражений русского языка.

В качестве крылатого выражения продолжает использоваться лозунг эпохи воинствующего социализма «Кто не с нами, тот против нас», употреблявшийся как угроза не поддерживающим революцию. Утратив политическое значение, он воспринимается для противопоставления «своих» и «чужих»: *А посмотрите на наши газеты, которые в буквальном смысле слова к штыку приравняли перо: кто не с нами – тот против нас...*¹⁰; *В бою работает простое правило: «Кто не с нами, тот против нас»*¹¹. В своей основе это слова Иисуса Христа, обращенные к фарисеям: *Кто не со Мною, тот против Меня, и кто не собирает со Мною, тот расточает* (Мф 12: 30; Лк 11: 23). Божий сын призывал сделать нравственный выбор между Царством небесным и бездной ада, но в публикационных текстах этот фрагмент Евангелия фактически приобрел иное значение, направленное против инакомыслия или указывающее на принадлежность к противоположным лагерям, партиям и проч.

Необходимо отметить, что единства не было и в самой административно-управленческой системе СССР. Практически сразу после революции в ней сложи-

⁵ Фукс 2003.

⁶ Бурлацкий 2007.

⁷ Бурлацкий 2007.

⁸ Балакова, Ковачова, Мокиенко 2013, 31.

⁹ Хлебда 2002, 91.

¹⁰ Российская газета 04.07.2003.

¹¹ Солдат удачи 04.08.2004.

лись «две фракции, две различные партии, непримиримые по своему отношению к стране, в которой они властвовали. Одна часть искренне ненавидела Россию и ее народ, видя в ней лишь полигон для испытаний новых идей или запал для взрыва "мировой революции". Вторая, в меру своего искаженного понимания, все же радела об интересах страны и нуждах ее населения»¹². Сам же народ искренне стремился к созидательному труду, и исполнению внешне человеколюбивых советских идей.

К «миролюбивым» советским призывам-лозунгам, через которые «просвечивает» библейский текст, можно отнести фразу «Кто ищет, тот всегда найдет», получившую особую популярность благодаря «Песне о веселом ветре» И. Дунаевского на стихи В. Лебедева-Кумача в кинофильме «Дети капитана Гранта» (1937). В этом произведении, ставшем неотъемлемой частью социалистической культуры, звучит призыв, который соотносится с поучением Христа: *Просите, и дано будет вам; ищите, и найдете; стучите, и отворят вам* (Мф 7: 7; Лк 11: 9). Или в сокращенном церковнославянском варианте: «Ищите, и обрящете, толцые, и отверзется». Этот (уже советский) призыв прочно вошел во фразеологический состав русского языка со значением 'Цели добивается тот, кто к ней постоянно стремится'¹³. Постепенно нивелируясь, данное высказывание все больше используется в обиходном или сниженном контексте: *Довольно долго мы искали пиво. Но кто ищет, тот всегда найдет. Я взял две девятки*¹⁴.

Переломным этапом в борьбе с христианским вероучением в СССР стала Великая Отечественная война, после которой реальное содержание идеологической работы принципиально меняется. Она обретает явные национал-патриотические черты. В связи с этим возникла необходимость в новых лозунгах, и советские идеологи вновь обратились к Библии, сохраняя на этот раз всю духовную полноту высказывания. Послевоенный лозунг «Миру – мир!» явно соотносится с литургическим текстом. Один из молитвенных возгласов просительной ектеньи гласит: «Добрых и полезных душам нашим и *мира мирови* у Господа просим». Или еще более краткий призыв священнослужителя на богослужении: «Мир – всем». Если учесть, что в более ранней форме советский лозунг звучал как «Мир – миру!», то связь этих фраз становится очевидной.

Все данные выражения можно отнести к библеизмам, основываясь на определении этого понятия В. Хлебдой: «Библеизм – это языковая единица, происхождение которой можно стабильно связать с библейскими текстами, независимо от ее формальной структуры (слово – словосочетание – предложение) и семантического статуса, закодированная в языковой памяти данного народа и воспроизводимая в текстах данного языка»¹⁵.

Заключение

Таким образом, можно увидеть, что некоторые советские лозунги, как мирные, так и воинствующие, ставящие своей целью пропаганду советских идей и

¹² Снычев 2013, 326.

¹³ Берков, Мокиенко, Шулежкова 2000, 240.

¹⁴ Мейлахс 2002.

¹⁵ Хлебда 1997, 68.

постулатов, имели в своей основе библейский текст. Язык агитации формально атеистической страны наполнен цитатами из Священного Писания как в исконном, так и в трансформированном, а часто «перевернутом» значении, что являлось целенаправленным действием для лучшей «адаптации» высказывания в народном сознании. Став крылатыми, эти выражения во многом утратили свой политический смысл.

ЛИТЕРАТУРА

- Балакова, Д., Ковачова, В., Мокиенко, В.М. 2013: *Наследие Библии во фразеологии*. Грайфсвальд.
- Берков, В.П., Мокиенко, В.М., Шулежкова, С.Г. 2000: *Большой словарь крылатых слов русского языка*. М.
- Вишняк, М.В. 1922: *Черный год. Публицистические очерки*. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://search2.ruscorpora.ru/>
- Гайлит, О. 2012: Религия в «молодом» обществе: заметки о становлении советской повседневности. *Антропологический форум* 16, 288–308.
- Звягельский, Р.А. 2007: Федор Бурлацкий: «Судьба дала мне шанс». Беседа главного редактора журнала «Российский адвокат» Р.А. Звягельского с известным политологом, ученым и писателем Ф.М. Бурлацким. *Общественно-правовой журнал «Российский адвокат»* 5. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://web.archive.org/web/20130823004817/http://gra.ros-adv.ru/magazine.php?m=60&a=3>
- Мейлахс, П. 2002: Отступник. *Звезда*. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://search2.ruscorpora.ru/>
- Пришвин, М.М. 1919: *Дневники*. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://search2.ruscorpora.ru/>
- Снычев Иоанн, митрополит 2013: *Русская симфония. Очерки русской историософии*. СПб.
- Фукс, Г. 2003: Двое в барабане. *Звезда*. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://search2.ruscorpora.ru/>
- Chlebda, W. 1997: Библия в языке – язык в Библии. In: *Problemy frazeologii europejskiej II. Frazeologia a religia*. Warszawa, 67–74.
- Chlebda, W. 2002: К описанию библеизмов в двуязычном словаре. In: *Rozeglad Rusycystyczny*. Katowice. 4, 86–105.

REFERENCES

- Balakova, D., Kovachova, V., Mokienko, V.M. 2013: *Nasledie Biblii vo frazeologii*. Greifswald.
- Berkov, V.P., Mokienko, V.M., Shulezhkova, S.G. 2000: *Bol'shoj slovar' krylatyh slov russkogo jazyka*. Moscow.
- Chlebda, W. 1997: Библия в языке – язык в Библии. In: *Problemy frazeologii europejskiej II. Frazeologia a religia*. Warszawa, 67–74.
- Chlebda, W. 2002: К описанию библеизмов в двуязычном словаре. In: *Rozeglad Rusycystyczny*. Katowice 4, 86–105.
- Fuks, G. 2003: *Dvoe v barabane*. *Zvezda*, <http://search2.ruscorpora.ru/>
- Gajlit, O. 2012: Religija v «molodom» obshhestve: zametki o stanovlenii sovetskoj povsednevnosti. *Antropologicheskij forum* 16, 288–308.
- Mejlahs, P. 2002: *Otstupnik*. *Zvezda*, <http://search2.ruscorpora.ru/>
- Prishvin, M.M. 1919: *Dnevnik*, <http://search2.ruscorpora.ru/>
- Snychev Ioann, mitropolit 2013: *Russkaja simfonija. Ocherki russkoj istoriosofii*. Saint-Petersburg.

Vishnjak, M.V. 1922: *Chernyj god. Publicisticheskie ocherki*, <http://search2.ruscorpora.ru/>
Zvjagel'skij, R.A. 2007: Fedor Burlackij: «Sud'ba dala mne shans». Beseda glavnogo redaktora zhurnala «Rossijskij advokat» R.A. Zvjagel'skogo s izvestnym politologom, uchenym i pisatelem F.M. Burlackim. *Obshhestvenno-pravovoj zhurnal «Rossijskij advokat»* 5, <https://web.archive.org/web/20130823004817/http://gra.ros-adv.ru/magazine.php?m=60&a=3>

CHRISTIAN THEMES IN SOVIET SLOGANS

Natalia A. Kuzmina

Saint-Petersburg State University, Russia,
Natalia_Kuzmina@list.ru

Abstract. The article deals with the totalitarian systems dominated in Europe in the early twentieth century - the German "National Socialism" or "fascism", and Soviet communism.

As a key way of impact on a people in both systems refusal of Christian dogma and its replacement by "quasi-religion" which in Soviet, externally atheistic, the state took the forms of new, party and communistic "religion" on the basis of former traditional ceremonies is allocated. On language material similar substitution is expressed in use of the bible statements transformed and rethought according to Bolshevist ideology. The main ways of its expression were slogans. The author analyzes the most popular of them: "No song, no supper", "Who is not with us, that is against us", "Who looks for, that will always find" and "Peace for world". Their primary source from the Scripture is provided in the article, the history of emergence of slogans is described, their interpretation is given, ways of their transformation during the Soviet and Post-Soviet eras are illustrated. The author points to the change of initial sense of some slogans for the purpose of promotion of the Soviet ideas and postulates. Examples from the publicistic texts reflecting functioning and variations of the specified units are given as an example of functioning of this situation. During the post-Perestroika period desacralization of both bible quotes, and Soviet slogans is observed. There is a mixture of styles, "rated and anti-rated, personal and others". As a result the Soviet slogans lose the sharpness and politicization, passing into phraseological layer of modern Russian.

Key words: slogans, ideology, religion, Christianity, biblicisms, propaganda, communism, idioms



АКСИОЛОГИЧЕСКАЯ АМБИВАЛЕНТНОСТЬ ТОЛЕРАНТНОСТИ

О.А. Михайлова

*Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б.Н. Ельцина,
Екатеринбург,
oamih@yandex.ru*

Аннотация. В статье рассматривается феномен толерантности в лингвоаксиологическом аспекте. Показано развитие в историческом процессе ценностного понимания толерантности – от инструментальной значимости к значению моральной добродетели – и становление идеологии толерантности в современном обществе.

На основе анализа текстов интернет-коммуникации и массового анкетирования носителей русского языка выявляются оценочные коннотации слова толерантность, установки толерантного сознания в обществе и интерпретируется отношение россиян к ценностной составляющей толерантности. Доказано, что в наивном языковом сознании россиян толерантность характеризуется амбивалентностью. Выделены три группы респондентов: лица, однозначно осознающие ценность толерантности; лица, для которых толерантность обладает ситуативной ценностью; лица, отрицающие толерантность как ценность. Выявлены факторы, обуславливающие двойственное отношение к данному социокультурному явлению. Во-первых, неоднозначность и размытость содержания понятия толерантности в русском наивном языковом сознании. Концепт «Толерантность», по результатам анкетирования, включает прямо противоположные концептуальные признаки: с одной стороны, «терпимость», «уважение», «бесконфликтность», которые входят в число национально-ментальных ценностей русской нации и поддерживают мелиоративные коннотации исследуемого понятия, а с другой стороны, безразличие, равнодушие, лицемерие, усиливающие его пейоративную оценку. Во-вторых, неопределенность областей социальной жизни, где возможно адекватное использование данного термина. По мнению большинства информантов, толерантность должна иметь пределы, и существуют такие социальные явления, к которым понятие толерантность не применимо. И, наконец, третий фактор – активизация процесса антиглобализма, протест против экспансии Запада и обострение чувства национального самоопределения. Толерантность фактически заменила собой такие традиционные для российского менталитета понятия, как нравственность, духовность, уважение, против чего выступает значительная часть российского социума.

Ключевые слова: аксиология, толерантность, ценностные установки, амбивалентность, коннотации

Михайлова Ольга Алексеевна – доктор филологических наук, профессор кафедры риторики и стилистики русского языка Уральского федерального университета им. первого Президента России Б.Н. Ельцина. E-mail: oamih@yandex.ru

* Работа выполнена при финансовой поддержке РГНФ, грант 15-04-00239 а «Национальные базовые ценности и их отражение в коммуникативном пространстве провинциального города: традиции и динамика».

Введение

Толерантность со времен Средневековья признается одной из основных ценностей общества, но первоначально – как инструмент предотвращения конфликтов, а не как ценность «в-себе»: «the word tolerance gained currency in scientific terminology, it found its root in actual resistance against tyranny and repression»¹. Переход от инструментального к ценностному пониманию толерантности связан с эпохой Реформации, когда «толерантность начинает рассматриваться как обязанность, долг христианина, приближаясь тем самым по своему значению к моральной добродетели»². Современные представления о толерантности как всеобщей ценности и основе мира между религиями, народами и социальными группами были во многом подготовлены деятельностью философов XVI–XVII вв.

Организация объединенных наций объявила 1992 г. «годом толерантности», в 1995 г. в Париже на Генеральной конференции ЮНЕСКО была подписана «Декларация принципов толерантности», которая определила толерантность как «уважение, принятие и правильное понимание богатого многообразия культур нашего мира, наших форм самовыражения и способов проявлений человеческой индивидуальности», как «активное отношение, формируемое на основе признания универсальных прав и основных свобод человека». «Tolerance is putting up with something you do not like often in order to get along better with others»³.

И в конце XX в. сформировалась идеология толерантности как мировой ценностной системы, поддержанная большинством государств, в том числе и Россией. В 2000 г. было принято постановление правительства РФ о федеральной целевой программе «Формирование установок толерантного сознания и профилактика экстремизма в российском обществе 2001–2005 гг.», и с этого времени понятие «толерантность» стало активно внедряться в сознание россиян, а слово *толерантность* получило широкое распространение в речевом употреблении, став «актуальным словом текущего момента»⁴.

Аксиология рассматривает феномен толерантности как универсальную ценность, опираясь на категории блага и зла, активности и пассивности в отношении в чужому / иному, с позиций субъективных и объективных оценок.

Представляя собой универсальную ценность, категория толерантности, тем не менее, обладает неодинаковой значимостью для разных социальных сообществ. Как неоднократно отмечалось в работах исследователей, в русском языковом сознании концепт «Толерантность» еще недостаточно сформирован, находится на стадии освоения, поэтому его границы достаточно неопределенны и расплывчаты⁵. Результаты исследования этого понятия показали, что слово *толерантность* в современном речевом употреблении оказывается многозначным. Оно понимается как 1) высокое душевное *качество, способность* личности без внутренней агрессии воспринимать другого, имеющего иные / противоположные ценностные установки; 2) терпимое, лояльное *отношение* к другому, сознательно признаю-

¹ Goudsblom 2007, 44.

² Хомяков 2000, 16.

³ Vogt 1997/1.

⁴ Шмелева 1993, 33–41.

⁵ Михайлова 2003; Стернин 2003.

щее право его существования; терпимое отношение к убеждениям, мнениям и верованиям другого; 3) *поведение* человека в ситуации конфликта, подчиненное стремлению достичь взаимного понимания и согласования разных установок, не прибегая к насилию, к подавлению человеческого достоинства, а используя гуманитарные возможности⁶.

Несмотря на достаточно длительную историю изучения феномена толерантности в границах аксиологического направления и значимые результаты, ценность толерантности в современном мире не воспринимается однозначно. В конце 1960-х гг., после выхода в свет знаменитой книги Г. Маркузе «Критика чистой толерантности»⁷, в научной литературе толерантность получает разные, порой противоположные оценки⁸. Не прекращаются оживленные дискуссии по этой проблеме в публицистике, в интернет-коммуникации, и под влиянием происходящих сегодня в мире процессов абсолютная ценность толерантности подвергается все большему сомнению: «Tolerance is not by definition good and intolerance is not by definition bad»⁹.

Цель нашего исследования – выявить оценочные коннотации слова *толерантность* и отношение к одноименной категории наивных носителей русского языка. Материалом послужили высказывания участников интернет-коммуникации, тексты СМИ, а также ответы студентов и преподавателей екатеринбургских вузов.

Результаты проведенного анкетирования (количество информантов свыше 300 чел.) показали, что ценность толерантности признает большинство респондентов – 91%, тогда как отрицает ее лишь около 8%.

Сходные показатели зафиксированы на Форекс Форуме МТ5¹⁰. На вопрос *Как вы относитесь к толерантности, терпимости и нетерпимому отношению?* 26,34% пользователей ответили *Я сторонник толерантного отношения*; 16,98% дали ответ *Я сторонник терпимого отношения*; 8,98% – *Я сторонник нетерпимого отношения*; 47,71% – *В зависимости от ситуации*. Как видно, отрицает толерантность около 9% форумчан, что совпадает с нашими результатами. Остальные три группы ответов означают признание толерантности и в сумме составляют 91,03%, что также совпадает с результатами проведенного нами анкетирования.

Первая группа респондентов – лица, однозначно осознающие толерантность как ценность. Типичные высказывания участников позволяют выделить в содержании концепта «Толерантность» следующие смыслы: ‘терпимость’, ‘уважение’, ‘компромисс’, ‘бесконфликтность’. Например¹¹: *Конечно, толерантность – это всегда хорошо, и нужно быть терпеливым и относиться ко всем соответственно; В любой ситуации нужно оставаться спокойным и толерантным человеком. Ведь криками и дракой правоту свою не доказать; Это хорошо, когда люди терпимо относятся к иному мировоззрению и образу жизни, это позволяет различным*

⁶ Михайлова 2004.

⁷ Marcuse 1969.

⁸ См., например: Перунова 2013; Самохвалова 2008.

⁹ Verkuyten 2007, 476.

¹⁰ <http://ruforum.mt5.com/threads/58442-kak-vi-otnosites-k-tolerantnosti-terpimosti-i-neterpimomu-otnosheniyu?p=14171291>

¹¹ В ответах респондентов сохранен индивидуальный стиль источника, а орфография и пунктуация исправлены в соответствии с нормой.

людям мирно уживаться в обществе; Толерантность необходима в цивилизованном обществе; Многонациональной стране без этого не выжить; Уважительно. На нее способны только сильные; Толерантность является важнейшим условием нахождения компромиссов, преодоления конфликтов; Толерантность нужна по сути, чтоб мирно сосуществовать друг с другом. Соотносимые с толерантностью качества личности входят в число национально-культурных ценностей русской нации, что, безусловно, поддерживает мелиоративные коннотации лексемы толерантность.

Для второй, наиболее многочисленной группы информантов толерантность обладает ситуативной ценностью: *Все зависит от ситуации. Где-то нужно быть терпимым! К толерантности = терпимости отношусь хорошо, но во всем нужно соблюдать меру; Действительно, нужно терпимо относиться к мнению других людей и их мировоззрению, но в этом деле главное – не перегибать планку, иначе такая терпимость может только навредить обществу. Иными словами, толерантность должна иметь пределы, должны быть установлены границы толерантности. Ср.: Если бы она не выходила за разумные рамки, относился бы положительно; Толерантность как минимум не должна доходить до абсурда; Всегда нужно видеть границу, где можно это терпение расслабить, а где сдерживать до последнего; Я больше приверженец терпимого отношения и могу нормально относиться к взглядам другого человека, при этом оставаясь “при своих”. Но порой все зависит от ситуации. Правда, все эти “модные” новые словечки типа “толерантность” меня немного раздражают; К толерантности отношение такое же, как и к молоку. Молоко – это полезно, если же злоупотреблять – можно отравиться и молоком.*

Какие границы толерантности определяют наши современники? Обсуждения на форумах дают возможность проанализировать установки толерантного сознания в обществе. Наиболее типична позиция, когда принимается общий постулат толерантного отношения к иному, но как только оказываются затронутыми личные интересы, обнаруживается совсем нетолерантное отношение к чужим: *В России данные национальности живут друг с другом уже очень продолжительное время, но все равно возникают напряженные отношения между людьми разных наций и религий. А вы вспомните, какие были гонения русскоязычного населения в бывших республиках СССР при развале самого СССР – ни о какой толерантности там и не было разговора. А нас частенько обвиняют, что мы нетолерантны к выходцам с Кавказа и Азии, а как еще я должен поступать с ними, когда они творят такие вещи у нас в России. Я бы в России сделал, как батя в Белоруссии, но наше толерантное отношение не дает нам это сделать; Я ни в коем случае не предлагаю развязывать резню в России, но, по моему мнению, на всех управляющих должностях в России должны быть русские; Путь решения проблемы без крови я вижу только один – ввести негласное ограничение на прием на работу лиц кавказской национальности.*

Следует признать, что в социальном взаимодействии существует строго определенная граница толерантности. Особенности российской толерантности могут быть описаны сочетанием таких противоречивых черт, как широкая этническая терпимость в соединении с резким отторжением живущих рядом представителей не своей нации. Объектом толерантного / интолерантного отношения являются

лица (группы), иные не только по национальному, но и по конфессиональному, расовому признакам, а также по политической, социальной или сексуальной ориентации и др. Необходимость установления границ толерантности обусловлена активизацией процесса антиглобализма, этнической идентификации. То есть наиболее типична для наших сограждан двойственность позиции, в которой отчетливо проявляется особенность толерантного сознания наших соотечественников: абстрактно я принимаю идею равных прав для всех, а конкретно, если это касается моего пространства, отвергаю ее. Ср.: *Хотелось бы посмотреть на вас, когда вас или ваших близких будут притеснять, останетесь вы толерантны по отношению к этим людям? Я не буду против, если придут к нам и будут соблюдать все наши законы, но если начинают себя вести, как быдло (начинают грабить, убивать, насиловать...), то я не буду толерантен по отношению к ним; Могу относиться нормально, когда это нормально относится ко мне; Например, если мне будут пытаться навязать какую-то чуждую культуру или ценности, то я этого уже не буду терпеть.*

Третья группа респондентов не принимает толерантности. Отрицание толерантности как ценности выражается, как правило, в агрессивных высказываниях: *Толерантность – это зло; За толерантность нужно стрелять; Толерантность ненавижу; Резко против быть терпилой; Отношение резко отрицательное; Негатив сплошной! Толерантность УБИВАЕТ КОРЕННОЕ НАСЕЛЕНИЕ, толерантность приведет к краху Европы и Россию...* Авторы подобных высказываний, бесспорно, не являются толерантными личностями, но при этом их обобщенные ответы не позволяют понять, какое содержание вкладывается ими в это слово.

Вместе с тем ряд высказываний дает достаточно точное представление о том, какое значение имеет слово *толерантность* для говорящего, например: *В основном, это коварное и изощренное лицемерие; К сожалению, в последнее время толерантность все больше превращается в синоним попустительства; Этот термин применяется сейчас как всепереваживание и терпение; С этой толерантностью сделали подмену понятия, ввели как альтернативу терпимости, а на самом деле это, скорее, что-то вроде пофигизма – где от страха, а где за деньги; в общем, где что удобнее; Толерантность – более мягкое и вежливое название безразличия, а пофигизм – грубое; Толерантный чел – это тот, которому, наверное, все равно, что вокруг него происходит, и неважно, кто чем занимается, и это и доводит до войн в любом обществе.*

В отличие от первой группы, признающих ценность толерантности, респонденты третьей группы включают слово *толерантность* в синонимический ряд, единицы которого в русском языковом сознании обладают отрицательными коннотациями: *безразличие, равнодушие, лицемерие, попустительство, терпение*¹² и др., – тем самым усиливая его пейоративную оценку.

Резко негативное отношение к толерантности как идеологии культуры выразил министр культуры РФ В. Медынский в интервью газете «Коммерсантъ» (16 апреля 2014): *А толерантность – это другое. Это мертвый, абстрактный принцип, заставляющий смиряться с любым чужим действием, в том числе с бесчинствами, уродством, пошлостью. Конечно, толерантность имеет право на суще-*

¹² Об отрицательных коннотациях лексики терпение см. Михайлова 2003.

ствование, но она должна быть личным выбором человека. Быть толерантным или нет – частное дело, все равно как курить или не курить.

Но делать толерантность принципом госполитики в культуре логически невозможно. Тогда придется быть толерантным не только к неэтичному, безнравственному и уродливому в искусстве – надо будет смиряться и принимать элементарный непрофессионализм. Толерантность – это всегда негативное чувство, это терпимость без любви, через силу, «поперек живота».

Таким образом, приходится признать, что категория толерантности, активно внедряемая в обыденное сознание на рубеже веков и постулируемая как мировая ценностная система, в современном российском обществе претерпевает значительные трансформации. В наивном языковом сознании россиян толерантность характеризуется амбивалентностью. Можно выделить, на наш взгляд, несколько факторов, обуславливающих двойственное отношение к данному социокультурному явлению в обществе.

Одной из причин является неоднозначность содержания этого понятия, его размытость, неопределенность. В русском языке отсутствует концептуальное поле «Толерантность», оно только начинает формироваться под влиянием актуализации заимствования. При этом иноязычное слово накладывается на русскую лексическую систему, отождествляясь (часто неправомерно) с близкими понятиями и обогащаясь всеми нежелательными, порой отрицательными коннотациями, зависимыми от социокультурного контекста. Вот один из типовых ответов: *Уверен, что большинство людей не понимают значение этого слова, а другие понимают, но по-разному. Я его понимаю так: если по медицине или психологии оно обозначает нехороший результат, то если применить его к обществу людей, это будет означать одно – полное разложение и деградация.*

Второй фактор видится в нечеткой определенности областей адекватного использования термина. Существуют сферы социальной жизни и социальные явления, где понятие *толерантность* невозможно применить. Об этом свидетельствуют и ответы респондентов:

– нельзя быть толерантным к убийце, педофилу: *Если брать человечество вообще, мы все жуть какие толерантные. А вот если убьют близкого ТЕБЕ человека, куда только она денется, эта толерантность; Я никогда не буду “толерантен” по отношению к маньякам, убийцам, насильникам – как бы это ни пропагандировал “цивилизованный” мир.*

– нельзя толерантно относиться к разного рода нарушениям, отступлению от нормы, девиантному поведению: *Само понятие толерантности не несет никакого негативного чувства, но вот применение его к конкретным извращениям вызывает резкое негодование; В ряде регионов России в больницах нет детских реанимаций, и получается так, что бомжи лежат с детками – такая толерантность никому не нужна; То, что нам суют под видом толерантности сейчас, это для меня неприемлемо (ну например, кампания по реабилитации гомосексуальных отношений); В данном случае разрушаются моральные устои, размываются нравственные ценности. Да, мы должны быть толерантны к людям, не таким, как мы. Но не надо возводить те или иные различия или даже отклонения до статуса нормы. Отклонения – они и остаются отклонениями; Человек должен быть терпим к людям с другими политическими взглядами (если это, конечно,*

не экстремизм), людям другой национальности, другого вероисповедания, инвалидам и т.д. Но это никак не должно касаться всяких извращенцев и пропаганды всевозможных пороков.

Еще одна причина отрицания категории толерантности – протест против экспансии Запада и обострение чувства национального самоопределения: *Уважаемые, на мой взгляд, толерантность – это специально продуманная идеологическая диверсия для создания организованного хаоса, понятно кем; На Западе просматривается целая программа подмены понятий, когда вроде бы нормальные слова начинают обозначать то, что на самом деле является либо попустительством к преступному умыслу и действию, либо самим преступлением. То же, очевидно, наблюдается и с понятием толерантности; Толерантность – это частица Вашингтонского и Брюссельского либерализма, величайшая глупость идеологии, завернутая в красивую упаковку, противоречащая здравому смыслу и общечеловеческим ценностям. В обществе со всей определенностью осознается внедрение не свойственных русским моральных принципов и норм: Запад, в частности, причем еще усиленный давлением США, призывает нас терпеть гомосексуализм, наркоманию, сектантство, криминал, безграмотность, слепое подчинение навязанным извращенным идеям извне и т.п.*

Заключение

Таким образом, толерантность как социокультурное явление реально присутствует в современном обществе, влияет на его жизнь, но для наших современников эта категория не имеет универсального характера, а термин *толерантность*, по мнению значительной части социума, фактически заменил собой такие традиционные для российского менталитета понятия, как нравственность, духовность, уважение. Во многих ситуациях к слову *толерантность* можно подобрать более привычный, знаковый синоним: *По-моему, слово толерантность вообще не нужно использовать. Скажи человеку, что нужно уважительно относиться к человеку, и ему все будет понятно, что от него хотят. А скажи, что нужно быть толерантным, – сразу возникает какое-то чувство противодействия! Не нужно использовать заморские термины и понятия, у нас достаточно своих принципов.*

ЛИТЕРАТУРА

- Михайлова, О.А. 2003: Толерантность и терпимость: взгляд лингвиста. В кн.: Н.А. Купина и М.Б. Хомяков (ред.), *Философские и лингвокультурологические проблемы толерантности*. Екатеринбург, 99–111.
- Михайлова, О.А. 2004: Толерантность в речевой коммуникации: когнитивные, прагматические и этические основания. В кн.: Н.А. Купина, О.А. Михайлова (ред.), *Культурные практики толерантности в речевой коммуникации*. Екатеринбург, 15–26.
- Перунова, Н.В. 2013: *Ценностно-архетипический комплекс: структура и типология*. М.
- Самохвалова, В.И. 2008: О содержании понятия «толерантность» в современном культурном контексте. *Философский журнал* 1, 161–175.
- Стернин, И.А. 2003: Толерантность и коммуникация. В кн.: Н.А. Купина и М.Б. Хомяков (ред.), *Философские и лингвокультурологические проблемы толерантности*. Екатеринбург, 331–345.

- Хомяков, М.Б. 2000: *Проблема толерантности в христианской философии*: автореф. дис. ... д-ра филос. наук. Екатеринбург.
- Шмелева, Т.В. 1993: Ключевые слова текущего момента. *Collegium* 1, 33–41.
- Goudsblom, J. 2007: Tolerantie en macht. In: Duyvendak, J.W., Engbersen, G., Teeuwen, Moscow, Verhoeven, I. (eds.), *Macht en verantwoordelijkheid. Essays voor Kees Schuyt*. Amsterdam, 43–53.
- Marcuse, H. 1969: Repressive Tolerance. In: Robert Paul Wolff, Barrington Moore, jr., and Herbert Marcuse, *A Critique of Pure Tolerance*. Boston, 95–137.
- Verkuyten, M. 2007: Tolerance of Muslim beliefs and practices: Age related differences and context effects. *International Journal of Behavioral Development* 31(5), 467–477.
- Vogt, W.P. 1997: *Tolerance & Education. Learning to Live with Diversity and Difference*. Thousand Oaks; London–New Delhi.

REFERENCES

- Goudsblom, J. 2007: Tolerantie en macht. In: Duyvendak, J.W., Engbersen, G., Teeuwen, Moscow, Verhoeven, I. (eds.), *Macht en verantwoordelijkheid. Essays voor Kees Schuyt*. Amsterdam, 43–53.
- Хомяков, М.Б. 2000: *Проблема толерантности в христианской философии*: автореф. дис. ... д-ра филос. наук. Екатеринбург.
- Marcuse, H. 1969: Repressive Tolerance. In: Robert Paul Wolff, Barrington Moore, jr., and Herbert Marcuse, *A Critique of Pure Tolerance*. Boston, 95–137.
- Mihajlova, O.A. 2003: Tolerantnost' i terpimost': vzgljad lingvista. In: N.A. Kupina i M.B. Homjakov (red.), *Filosofskie i lingvokul'turologicheskie problemy tolerantnosti*. Ekaterinburg, 99–111.
- Mihajlova, O.A. 2004: Tolerantnost' v rechevoj kommunikacii: kognitivnye, pragmaticheskie i jeticheskie osnovanija. In: N.A. Kupina, O.A. Mihajlova (red.), *Kul'turnye praktiki tolerantnosti v rechevoj kommunikacii*. Ekaterinburg, 15–26.
- Perunova, N.V. 2013: *Cennostno-arhetipicheskij kompleks: struktura i tipologija*. Moscow.
- Samohvalova, V.I. 2008: O sodержanii ponjatija «tolerantnost'» v sovremennom kul'turnom kontekste. *Filosofskij zhurnal* 1, 161–175.
- Shmeleva, T.V. 1993: Ključevye slova tekushhego momenta. *Collegium* 1, 33–41.
- Sternin, I.A. 2003: Tolerantnost' i kommunikacija. In: N.A. Kupina i M.B. Homjakov (red.), *Filosofskie i lingvokul'turologicheskie problemy tolerantnosti*. Ekaterinburg, 331–345.
- Verkuyten, M. 2007: Tolerance of Muslim beliefs and practices: Age related differences and context effects. *International Journal of Behavioral Development* 31(5), 467–477.
- Vogt, W.P. 1997: *Tolerance & Education. Learning to Live with Diversity and Difference*. Thousand Oaks; London; New Delhi.

AXIOLOGICAL AMBIVALENCE OF TOLERANCE

Olga A. Mikhaylova

Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Russia,
oamih@yandex.ru

Abstract. The article discusses the phenomenon of tolerance in a linguo-axiological aspect. The author studies the development of the tolerance integral understanding in the historical process (from the instrumental significance to the meaning of the moral virtue) and the emergence of the tolerance ideology in the modern society.

On the basis of the Internet communication analysis and the questionnaires the evaluative connotations of the word *tolerance*, the parameters of the tolerance consciousness are identified, the attitude of the Russians towards tolerance is interpreted. It has been proved that in the naive language consciousness of the Russians tolerance is characterized by the ambivalence.

Three groups of respondents are identified: people who clearly recognize the value of tolerance; people for whom tolerance has situational value; individuals who deny tolerance as a value. The factors which contribute to an ambivalent attitude to the socio-cultural phenomenon are singled out.

Firstly, the meaning of the word *tolerance* in the Russian language is ambiguous and vague. The concept "tolerance" according to the results of the survey possesses the antipodal conceptual characteristics: on the one hand, "tolerance", "respect", "conflictlessness" which belong to the national-mental values of the Russian nation and support the meliorative connotations of the notion under study; and on the other hand, indifference, invariance, hypocrisy which intensify its pejorative assessment.

Secondly, the areas of social life with an adequate usage of this term are uncertain.

In the opinion of the majority of the informants tolerance must have limits and there are such social phenomena where tolerance is not applicable.

The third factor is the intensification of the antiglobalisation process, protests against the West expansion and intensification the national self-determination feelings. The third factor is the intensification of the antiglobalisation process, protests against the West expansion and intensification of the national self-determination feelings. Tolerance has substituted such traditional for the Russian mentality notions as morality, spirituality, respect, and a great part of the Russian society opposes to this tendency.

Key words: axiology, tolerance, values, ambivalence, connotations



ЦЕННОСТИ СОЦИАЛЬНОЙ СИСТЕМЫ КАК ОСНОВА КОММУНИКАТИВНОЙ ТОЛЕРАНТНОСТИ В ЛОЗУНГАХ ПОЛИТИЧЕСКИХ ПАРТИЙ И ОБЩЕСТВЕННЫХ ДВИЖЕНИЙ*

О.Е. Чернова

*Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова,
Магнитогорск,
ocher08@inbox.ru*

Аннотация. В статье исследуются коммуникативный и социальный аспекты толерантности. Толерантность в социальном аспекте предполагает нравственную активность, ответственность в принятии моральных решений, открытость в выражении нравственной позиции, социальную деятельность на основе диалога и при использовании методов разъяснения и убеждения. Толерантность в коммуникативном аспекте определяет поведение субъекта, приводящее к гармонизирующему коммуникативному результату. Аспекты не существуют в отрыве друг от друга. В речевом общении коммуникативный аспект составляет план выражения категории толерантности, социальный – план содержания. Взаимодействие двух планов толерантности осуществляется посредством топосов – средств формирования отношений между людьми при помощи речи, которые обычно строятся на основании ценностей, имеющихся у аудитории. Изучение ценностей, которые стремится утвердить в обществе субъект политической коммуникации, продуктивно изучать на материале лозунгов политических партий и общественных движений. Данный жанр зарекомендовал себя как эффективное средство воздействия. Отличительными признаками лозунга являются ясность, общепонятность, броскость, краткость и легкая запоминаемость. Тексты лозунгов обеспечивают идеологическое знание о том, каковы политические взгляды представителей определенной политической партии, какие социальные ценности они намереваются укоренить в обществе. В лозунгах топосы вычленяются при анализе тематически релевантных номинаций. Их объединяют в группы с общими семантическими центрами. Исследование лозунгов показало, что их авторы обращаются к топосам блага, содружества, легальности, солидарности, справедливости, свободы, поддержания мира, развития социального устройства, достоинства, любви. Апелляция к положительным моральным ценностям социальной системы в текстах лозунгов политических партий и общественных движений России свидетельствует о толерантной установке, предполагающей взаимодействие и поддержание кооперативного начала в общении.

Ключевые слова: толерантность, лингвистика, жанр, лозунг, политические партии, общественные движения, ценности, топосы

Чернова Оксана Евгеньевна – кандидат филологических наук, доцент кафедры русского языка, общего языкознания и массовой коммуникации Магнитогорского государственного технического университета им. Г.И. Носова. E-mail: ocher08@inbox.ru

* Работа выполнена при поддержке Гранта РГНФ «Публицистический арсенал общественных движений в России и Германии. Вербальные средства преодоления конфликтов и достижения толерантности» (2015, № 15-24-06001a(м)).

Современная жизнь – это постоянный диалог с людьми и культурами, которые они представляют. Именно в диалоге раскрывается сущность личности, ее способность быть толерантной¹.

«С позиций лингвистики толерантность предстает как многослойное и недостаточно четко определенное в современной науке понятие»². Пытаясь конкретизировать семантическую размытость лексического значения слова *толерантность*, ученые изучают соотношение толерантности и вежливости³, толерантности и терпимости⁴, толерантности и ненасилия⁵ и т. д. Несмотря на неоднозначность толкования понятия *толерантность*, ученые отмечают, что все точки зрения взаимосвязаны, и нет двух концепций толерантности⁶. В научных работах исследователей описывается специфика толерантного коммуникативного поведения в постоянной проекции на нравственные нормы, добровольность их исполнения, ответственность за поступки, тем самым сближаются коммуникативный и социальный аспекты толерантности.

Толерантность в социальном аспекте имеет следующие установки: нравственная активность, ответственность в принятии моральных решений, открытость в выражении нравственной позиции, социальная деятельность на основе диалога и при использовании методов разъяснения и убеждения. Изучение социального аспекта толерантности представляет определенные трудности, поскольку требует обращения к моральным ценностям, мир которых богат и разнообразен. Выделяются ценности социальные, ценности, связанные со способностью человека к созданию глобальных общественных идеалов; ценности, санкционируемые и культивируемые официально, с помощью находящейся в распоряжении государства разветвленной системы средств; ценности, которые функционируют лишь на уровне обыденного сознания и т. д. В современной аксиологии есть традиция понимания моральных ценностей как ценностей добра и зла (Р.Г. Апресян, П.Е. Матвеев и др.). Для морального сознания добро – это все, что служит развитию в человеке и обществе гуманности, единению и согласию между людьми, их духовной сплоченности; в свою очередь, зло – это все, что способствует разрушению, уничтожению гуманизма. Добро и зло как высшие ценности включают в себя системы ценностей, которые предстают как формы добра или зла. Так, добро имеет систему основных общественных нравственных ценностей, затрагивающих области экономики, политики, права, гражданского общества. П.Е. Матвеев предлагает следующую классификацию моральных ценностей социальной системы: «Экономика: благо – хозяйственность – справедливость. Политика: мир – свобода – солидарность. Право: легальность – достоинство – равенство. Гражданское общество: любовь – честь – содружество»⁷. Эти ценности добра лежат в основе толерантности как этически насыщенном типе общественной связи и формируют духовный фундамент толерантности личности.

¹ Williams 1996.

² Михайлова 2005, 99.

³ Ермакова 2004.

⁴ Стернин 2004.

⁵ Михайлова 2005.

⁶ Nicholson 1985.

⁷ Матвеев 2009, 109.

Толерантность как коммуникативная категория определяет такое коммуникативное поведение, когда субъект признает равноправие сторон в диалоге, отрицает насилие и агрессию как способ разрешения конфликта и выбирает речевые средства, приводящие к гармонизирующему коммуникативному результату. Социальный и коммуникативный аспекты не существуют в отрыве друг от друга, а значит, при процессе порождения речевого высказывания языковая личность сознательно или неосознанно вкладывает глубинный мировоззренческий контекст в цель коммуникации и затем в соответствии с этой целью выбирает языковые средства. Такая взаимообусловленность речевых средств и моральных норм в коммуникативном поведении социальных партнеров показывает, что толерантные языковые и речевые средства должны изучаться при одновременном обращении к ценностным ориентирам общества. Целесообразность данного подхода отмечает Т.А. Шаповалова: «Коммуникативная толерантность является реализацией социальной толерантности, но общее представление о толерантности возможно только при взаимодействии двух аспектов»⁸. Коммуникативный аспект составляет план выражения категории толерантности, социальный аспект – план содержания.

Взаимодействие плана содержания и плана выражения толерантности осуществляется посредством топосов – средств формирования отношений между людьми при помощи речи, которые, как правило, строятся на основании ценностей, имеющихся у аудитории. Обращаясь к топосам как способу реализации толерантности в речи, Т.А. Шаповалова отмечает, что они могут быть использованы «для условного обозначения основных тем, которые составляют содержание категории толерантности. Топос представляет собой группу смысловых составляющих, объединенных общей идейной установкой»⁹. На лексическом уровне топосы могут быть реализованы посредством тематически релевантных номинаций, которые объединяются в группы с общими семантическими центрами. В политической коммуникации можно выделить, например, топос поддержания мира, топос сотрудничества, топос нравственных ориентиров и т.д.

Жанровое своеобразие политического дискурса достаточно многообразно. Особый интерес для изучения толерантного коммуникативного поведения представляют лозунги политических партий и общественных движений России, поскольку они зарекомендовали себя как эффективное средство воздействия. Их ясность, общепонятность, броскость, краткость и легкая запоминаемость способствует быстрому усвоению информации.

Сущностной характеристикой толерантности является нравственная активность¹⁰, которая выражается в том, что человек не может смириться с существующим многообразием взглядов, идей и мнений, он должен вести активный поиск точек соприкосновения с иным, чужим и неясным. В лозунгах политических партий и общественных движений России поиск путей к лучшему социальному устройству ведется достаточно активно. Авторы лозунгов призывают к социальной справедливости, солидарности, свободе, равенству и т. д. Представим топосы, присутствующие в текстах лозунгов.

⁸ Шаповалова 2012, 65.

⁹ Шаповалова 2013, 9.

¹⁰ Чернова 2015, 38.

1. Топос блага: *Благополучный человек – благополучная страна!*¹¹; *Во имя России, во благо человека!*¹².
2. Топос содружества: *Против ненависти!*¹³; *Нелегальных людей не бывает!*¹⁴; *Мы вместе навсегда* [в поддержку Крыма – О.Ч.]¹⁵.
3. Топос легальности: *В Россию надо вернуть закон!*¹⁶; *За правовое и социальное государство!*¹⁷.
4. Топос солидарности: *Шахтерская солидарность с жителями Крыма!*¹⁸; *Свобода, закон, собственность, социальная солидарность – наша цель!*¹⁹.
5. Топос справедливости: *Свобода и справедливость!*²⁰; *Диету «жирным котам»!*²¹; *Справедливость для всех, счастье для каждого!*²².
6. Топос свободы: *Поможем Путину освободить нашу страну!*²³; *За свободу собраний!*²⁴.
7. Топос поддержания мира: *Война – это ад на Земле!*²⁵; *Ветераны-чернобыльцы за мир!*²⁶.

¹¹ Программа Чеченского регионального отделения партии «Патриоты России» на выборах в Парламент Чеченской Республики третьего созыва», <http://patriot-rus.ru/vyiboryi/programma-chechenskogo-regionalnogo-otdeleniya-politicheskoy-partii-patrioty-rossii-na-vyiborax-v-parlament-chechenskoj-respubliki-tretogo-sozyiva.html>

¹² Программа партии «Патриоты России», <http://patriot-rus.ru/dokumentyi/programma.html#intro>

¹³ Калмыкское «Яблоко» провело акцию «Против ненависти», <http://www.yabloko.ru/regnews/kalmykiya/2013/12/10>

¹⁴ Николай Кавказский: «Я слишком озлобился до того, как меня посадили, – мне озлобляться дальше некуда», http://www.yabloko.ru/publikatsii/2014/09/12_0

¹⁵ Лариса Коннова: «Этого момента ждали тысячи семей, которые в свое время были разделены», <http://patriot-rus.ru/news/glavnyie-novosti/larisa-konnova-etogo-momenta-zhdali-tyisyachi-semej-kotoryie-v-svoe-vremya-byili-razdelenyi-na-zhitelej-raznyix-stran.html>

¹⁶ Григорий Явлинский: Возможен ли диалог между властью и оппозицией?, <http://www.yabloko.ru/publikatsii/2012/09/15>

¹⁷ 1 мая «Яблоко» представит свою антикризисную программу, <http://www.yabloko.ru/regnews/moscow/2009/04/30>

¹⁸ Кемеровские «Патриоты» уверены, что жители Крыма и Севастополя сделают правильный выбор 16 марта, <http://patriot-rus.ru/news/glavnyie-novosti/kemerovskie-patrioty-uverenyi-cto-zhiteli-kryima-i-sevastopolya-sdelayut-pravilnyij-vyibor-16-marta.html>

¹⁹ О политической ситуации в стране, http://www.yabloko.ru/resheniya_politicheskogo_komiteta/2015/02/18

²⁰ «Яблоко» созрело. Интервью с Сергеем Соколовым, <http://www.yabloko.ru/regnews/Mosobl/2012/07/26>

²¹ «Диету “жирным котам”!», <http://www.yabloko.ru/regnews/Tula/2011/02/24>

²² Доклад председателя партии «Патриоты России» Г.Ю. Семигина на IX Съезде (третий этап) 20 мая 2014 года, <http://patriot-rus.ru/dokumentyi/resheniya-sezdov/ix-sezd-partii-20-maya-2014-goda-tretij-etap/doklad-lidera-partii-g.yu.-semigina7.html>

²³ Владимир Ким: «Крымчане и дальше должны быть сплоченными, готовыми отстаивать мир на своей земле», <http://patriot-rus.ru/news/glavnyie-novosti/vladimir-kim-kryimchane-i-dalshe-dolznyi-byit-splochnennyimi-gotovyimi-otstaivat-mir-na-svoej-zemle.html>

²⁴ Власть Петербурга отказала оппозиции в «Марше миллионов», <http://top.rbc.ru/society/04/09/2012/667873.shtml>

²⁵ Новосибирское «Яблоко» провело акцию памяти погибших на Украине, <http://www.yabloko.ru/regnews/Novosib/2014/11/02>

²⁶ Митинги в поддержку жителей Крыма, решений Президента РФ Путина В.В. по кризису на Украине, <http://souzchernobyl.ru/index.php/2/2833.html>

8. Топос развития социального устройства: Нет развалу здравоохранения!²⁷; Поддержка малого бизнеса не на словах, а на деле!²⁸.

9. Топос достоинства: Медицина – право, а не привилегия!; Граждане, предупреждайте Минздрав – нищий врач опасен для вашего здоровья!²⁹.

10. Топос любви: С любовью к городу!³⁰; Патриотизм – это любовь к своей Родине³¹.

Таким образом, исследованный материал позволяет сделать вывод о том, что лозунги имеют толерантную установку на взаимодействие и поддержание кооперативного начала в общении, необходимость взаимодействия для достижения гармонии, социальной стабильности, всеобщего мира и безопасности.

ЛИТЕРАТУРА

- Ермакова, О.П. 2004: Толерантность и проблемы коммуникации. В кн.: *Культурные практики толерантности в речевой коммуникации*. Екатеринбург, 60–73.
- Матвеев, П.Е. 2009: *Религиозная этика: курс лекций*: в 3 ч. Ч. 1. Основы общей теории морали. Владимир.
- Михайлова, О.А. 2005: Толерантность и терпимость: взгляд лингвиста. В сб.: *Философские и лингвокультурологические проблемы толерантности*. М., 99–111.
- Стернин, И.А. 2004: Проблемы формирования категории толерантности в русском коммуникативном сознании. В кн.: *Культурные практики толерантности в речевой коммуникации*. Екатеринбург, 130–150.
- Чернова, О.Е. 2015: Толерантность как противовес агрессии в политическом дискурсе. В кн.: *Публицистический арсенал общественных движений в России и Германии. Вербальные средства преодоления конфликтов и достижения толерантности*. Магнитогорск–Greifswald, 37–51.
- Шаповалова, Т.А. 2012: Социальный и коммуникативный аспекты понятия «толерантность». *Известия Саратовского университета. Новая серия. Сер.: Филология. Журналистика* 1, 64–67.
- Шаповалова, Т.А. 2013: *Коммуникативная категория толерантности и ее реализация в современном политическом дискурсе*: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Саратов.
- Nicholson, P. 1985: Toleration as a Moral Ideal. In: *Aspects of Toleration. Philosophical Studies*, 158–173.
- Williams, B. 1996 Toleration: An Impossible Virtue? In: *Toleration. An Elusive Virtue*. Princeton, 18–27.

REFERENCES

- Chernova, O.E. 2015: Toleration as a counterweight to aggression in political discourse. In: *Publicisticheskij arsenal obshchestvennykh dvizhenij v Rossii i Germanii. Verbal'nye sredstva preodolenija konfliktov i dostizhenija tolerantnosti*. Magnitogorsk–Greifswald, 37–51.

²⁷ У России нет амбициозной задачи увеличить продолжительность жизни до 70-80 лет, <http://www.yabloko.ru/news/2013/04/23>

²⁸ 1 мая «Яблоко» представит свою антикризисную программу, <http://www.yabloko.ru/regnews/moscow/2009/04/30>

²⁹ У России нет амбициозной задачи увеличить продолжительность жизни до 70-80 лет, <http://www.yabloko.ru/news/2013/04/23>

³⁰ В Кузбассе «Патриоты России» приняли участие в субботнике, <http://www.patriot-rus.ru/news/glavnyie-novosti/v-kuzbasse-patrioty-rossii-prinyali-uchastie-v-subbotnike.html>

³¹ Патриоты, мы с вами!, <http://patriot-rus.ru/news/glavnyie-novosti/pervomaj-respublika-mordoviya-patrioty-myi-s-vami.html>

- Ermakova, O.P. 2004: Tolerantnost' i problemy kommunikacii. In: *Kul'turnye praktiki tolerantnosti v rechevoj kommunikacii*. Ekaterinburg, 60–73.
- Matveev, P.E. 2009: *Religioznaja jetika: kurs lekcij*: v 3 ch. Ch. 1. Osnovy obshhej teorii morali. Vladimir.
- Mihajlova, O.A. 2005: Tolerantnost' i terpimost': vzgljad lingvista. In: *Filosofskie i lingvokul'turologicheskie problemy tolerantnosti*. Moscow, 99–111.
- Nicholson, P. 1985: Toleration as a Moral Ideal. In: *Aspects of Toleration. Philosophical Studies*, 158–173.
- Shapovalova, T.A. 2012: Social'nyj i kommunikativnyj aspekty ponjatija «tolerantnost'». *Izvestija Saratovskogo universiteta. Novaja serija. Ser.: Filologija. Zhurnalistika* 1, 64–67.
- Shapovalova, T.A. 2013: *Kommunikativnaja kategorija tolerantnosti i ee realizacija v sovremennom politicheskom diskurse*: avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. Saratov.
- Sternin, I.A. 2004: Problemy formirovanija kategorii tolerantnosti v russkom kommunikativnom soznanii. V kn.: *Kul'turnye praktiki tolerantnosti v rechevoj kommunikacii*. Ekaterinburg, 130–150.
- Williams, B. 1996 Toleration: An Impossible Virtue? In.: *Toleration. An Elusive Virtue*. Princeton, 18–27.

VALUES OF SOCIAL SYSTEM AS A BASIS OF COMMUNICATIVE TOLERANCE IN SLOGANS OF POLITICAL PARTIES AND CIVIL SOCIAL MOVEMENTS

Oksana E. Chernova

*Nosov Magnitogorsk State Technical University, Russia,
ocher08@inbox.ru*

Abstract. Communicative and social aspects of tolerance are studied in this article. Tolerance in the social aspect assumes a moral activity, responsibility in accepting of moral decisions, sociability in expressing the moral position, social activity on the basis of a dialogue due to the usage of methods of explanation and persuasion. Tolerance in the communicative aspect identifies the subject behavior which leads to congruent communicative result. The aspects do not exist separately. The communicative aspect in conversation constitutes the plan of expression of category of tolerance, the social aspect – the content plan. The cooperation of two tolerance plans exists due to topos – a means of forming attitudes among people with the help of speech which is usually built on the basis of audience values. It is productive to examine the studying of values which the subject of political communication aims to approve in society on material of slogans of political parties and social movements. Such genre gains a reputation of an effective persuader. The distinctive features of slogans are clarity, all-clearness, catchiness, brevity and an easy memorability. The slogan texts provide an ideological knowledge about the political views of representatives of a certain political party and social values which politicians are going to establish in society. Topoi are possible to determine in slogans while analyzing topically relevant nominations. They are united in groups with the general semantic centers. The study of slogans has shown that the authors of this research turn to the topoi of welfare, community, legality, solidarity, fairness, freedom, peacekeeping, development of social order, dignity and love. The appeal to positive moral values of social system in texts of slogans of political parties and social movements of Russia confirms the tolerant installation assuming interaction and maintenance of the cooperative beginning in communication.

Key words: tolerance, linguistics, genre, slogan, political parties, civil social movements, values, topoi



ОБНИМИТЕСЬ, МИЛЛИОНЫ!
(интернациональные крылатые выражения, выполняющие в русском
языке «лозунговую» функцию)*

С.Г. Шулержкова

*Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова,
Магнитогорск,
shulezkova@gmail.com*

Аннотация. В фонде крылатых единиц русского языка заметное место занимают интернациональные крылатые выражения (КВ), которые в публицистических текстах способны выполнять «лозунговую» функцию. В работе поставлена цель – выявить источники подобного рода КВ, определить их «жанровые» и тематические особенности в современном коммуникативном пространстве, где обсуждаются и оцениваются различные грани жизни российского общества, а также обнаружить тенденции, определяющие судьбы каждого из разрядов описываемых единиц. В ходе анализа интернациональных КВ, попавших в различные словари и справочники, было установлено, что лидирующее положение в этом корпусе занимают устойчивые фразы (УФ) античного происхождения, которым уделяется преимущественное внимание в настоящей работе. Довольно многочисленны группы УФ, восходящих к французской, немецкой и английской вербальным культурам, и лишь некоторые единицы имеют испанские, итальянские или другие национальные корни. В публицистических текстах интернациональные КВ выступают в различных жанрах: как *лозунги-констатации*, *лозунги-характеристики*, *лозунги-кредо личности*, *девизы социальных групп*, *лозунги-императивы*, *призывы* и т.д. Некоторые интернациональные КВ выражают чаяния пролетарских масс, заявивших о себе в разных капиталистических странах, но стремящихся объединиться и придать своей борьбе международный характер. Другие КВ передают в патетической форме сущность социалистических и коммунистических идей; третьи содержат «общедемократические» требования или оценивают различные формы деятельности общества. Наблюдения над жизнью интернациональных КВ свидетельствуют о том, что при общей подверженности КВ различного рода трансформациям, наиболее «уязвимыми» оказываются лозунги радикального революционного содержания.

Ключевые слова: крылатое выражение, русский язык, интернациональный, лозунг-констатация, лозунг-характеристика, девиз, латинский, немецкий, французский, английский

Шулержкова Светлана Григорьевна – доктор филологических наук, профессор кафедры русского языка, общего языкознания и массовой коммуникации Магнитогорского государственного технического университета им. Г.И. Носова. E-mail: shulezkova@gmail.com

* Работа выполнена при поддержке Гранта РГНФ «Публицистический арсенал общественных движений в России и Германии. Вербальные средства преодоления конфликтов и достижения толерантности» (2015, № 15-24-06001a(м)).

Введение

В современном русском языке особое место занимают устойчивые фразы (УФ), представляющие собой кальки или свободный перевод иноязычных крылатых выражений (КВ), имеющих соответствующие аналоги в других европейских языках, а потому причисляемые к интернациональным языковым единицам. Складывался этот пласт КВ на протяжении нескольких столетий. Однако настоящему масштабу он начал использоваться и в художественной, и в научной, и в публицистической литературе в период наивысшего расцвета русской культуры и искусства – в XIX в. В XX – начале XXI в. данный корпус КВ продолжает пополняться и активно функционирует в различных коммуникативных сферах. Обычно интернациональные КВ используются в русском переводе, реже – в облике языка-источника. Некоторые из заимствованных языковых единиц, отмеченных печатью авторства, в художественных, научно-популярных или публицистических текстах могут выступать в роли, близкой к роли лозунга: они лаконично выражают какую-либо «политическую идею, требование»¹; служат девизами, отражая мировоззренческое и поведенческое кредо отдельных личностей или руководящие идеи и суть деятельности целых социальных групп; функционируют как призывы, направленные на формирование у коллективного адресата определенных политических взглядов или побуждающие участников массовых движений к нужным для адресанта действиям. Определенная группа интернациональных КВ уже самими их авторами создавалась для использования в качестве лозунгов, девизов, призывов в агитационной и пропагандистской работе.

В фонде интернациональных КВ «осели» яркие, лаконичные, полные экспрессии изречения, в которые талантливые представители разных стран и народов концентрированно вложили свои мысли, чувства, надежды, этические оценки, итоги наблюдений над общественно важными событиями; отразили мечты о справедливом государственном устройстве, об идеальных правителях и т.д. Выход этих КВ за пределы собственной языковой системы был связан с тем, что содержание КВ языка-донора и их символика гармонично вписывались в языковую картину мира этносов-рецепторов.

Значительная часть интернациональных КВ выражает чаяния пролетарских масс, заявивших о себе в разных капиталистических странах, но стремившихся объединиться в борьбе за свои права и придать ей международный характер. Помимо единиц революционной тематики, пласт интернациональных КВ, выполняющих в российской публицистике «лозунговые» функции, содержит обороты, передающие сущность социалистических и коммунистических идей. Здесь же можно обнаружить КВ «общедемократического» содержания, а также КВ, оценивающие этическую, гражданскую, юридическую, хозяйственную, культурную и другие формы деятельности членов общества. В языковую систему русского языка эти КВ попадали как уже сложившиеся УФ. Среди них есть обороты, принадлежащие философам, поэтам, государственным деятелям, полководцам Древней Греции и Древнего Рима; библеизмы (с ними читатель может познакомиться в других статьях данного номера журнала); афоризмы, сформулированные отцами

¹ Крысин 2007, 444, 231.

христианской церкви в Средние века, учеными эпохи Просвещения и Нового времени; фрагменты классических произведений мировой литературы и речей лидеров революционных движений XVIII–XX вв.

В данной работе основное внимание уделено одному из самых древних рядов интернациональных КВ – тем, которые имеют латинские и древнегреческие корни; краткая характеристика дана КВ, восходящим к немецкому, французскому, английскому и другим языкам Европы.

Некоторые КВ античного происхождения, вошедшие в состав не только русского, но и других европейских языков², в публицистических текстах могут играть роль **лозунгов-констатаций**³. Такими свойствами обладают, например, единицы *Все течет, все изменяется* – греч. *Panta rhei* – КВ, приписываемое греческому философу Гераклиту Эфесскому (535–475 гг. до н.э.)⁴ и *Страх создал богов* – лат. *Primus in orbe fecit timor* – строка из поэмы «Фиваиды» римского поэта Публия Папиния Стация (ок. 40–96 гг.)⁵. К ним примыкают широко известные КВ *Жизнь есть борьба* – лат. *La vie est combat* (встречающееся у разных античных авторов, в том числе в трагедии «Просительница» (550–551) Еврипида)⁶; *Глас народа – глас Божий* – лат. *Vox populi – vox Dei* – выражение, встречающееся у Гомера, Гесиода, Сенеки и др. авторов Древней Греции и Древнего Рима⁷; *Жизнь коротка, искусство долговечно* – лат. *Vita brevis, ars longa* – афоризм древнегреческого мыслителя Гиппократ (460–370 гг. до н.э.) в лат. переводе Сенеки⁸; *Когда гремит оружие, музы молчат* – лат. *Inter arma silent Musae* – трансформированная латинская поговорка *Inter arma silent leges* (букв. ‘Когда гремит оружие, законы молчат’), дошедшая до нас в тексте речи Марка Туллия Цицерона, произнесенной в защиту Милона (52 г.)⁹, и пр. В роли **лозунгов-констатаций** они широко используются в российской публицистике: «*Полноте, – воскликнет даже наш просвещенный читатель. – Кому это сегодня нужно? Ну, был Мартов, были большевики и меньшевики, были политические споры и дискуссии. Но какой сегодня год на календаре?*» *Можно, конечно, рассуждать и так – все течет, все изменяется. Однако, с другой стороны, история <...> имеет свойство повторяться, и знать, что мы потеряли после разделения страны на два лагеря (большевиков и меньшевиков) все же небезынтересно*¹⁰; [В. Зорькин:] –... Без сильного лидера невозможно преодолеть опасности, подстерегающие нас. *А глас народа – глас Божий*, как известно. Без демократии вождизм вырождается в слепой произвол авторитарного властителя¹¹.

В группе античных по происхождению интернациональных КВ есть единицы, способные выступать в роли **девизов**, выражающих чье-либо жизненное кредо:

² См. об этом: Walter (Leitung) 2016.

³ О делении лозунгов на 4 группы (лозунги-призывы, лозунги-пожелания, лозунги-констатации, лозунги-патетизмы) см.: Вальтер, Мокиенко 2015, 292.

⁴ Берков, Мокиенко, Шулежкова 2000, 104.

⁵ Серов 2003, 692.

⁶ Берков, Мокиенко, Шулежкова 2008/1, 376.

⁷ Михельсон 1902/1, 196.

⁸ Михельсон 1902/1, 303–304.

⁹ Берков, Мокиенко, Шулежкова 2008/1, 509.

¹⁰ Ситко В. Мартов, которого мы не знали. Комсомольская правда 22.01.1998.

¹¹ Беседа политобозревателя В. Афанасьева с В. Зорькиным. 1993. Комсомольская правда 03.02.1993.

Где хорошо, там и родина / отечество – лат. *Ubi bene ibi patria* – перефразированная реплика из комедии «Богатство» древнегреческого драматурга Аристофана (444–385 гг. до н.э.), употребляемая в русском языке и других европейских языках как «девиз потребителя-космополита, лишенного гражданского чувства и чувства собственного достоинства (неодобр., презрит., ирон.)»¹²: *Просить статуса «беженца» под предлогом, что «ее угрожали убить»? <...> Так такую «угрозу» господ с Запада давно всерьез не воспринимают – давая мнимым «преследуемым» вместо пособия и разрешения остаться у себя пинок под зад. Вот и получается, что единственная причина, по которой «свободолюбивая», как и все российские «либерасты», Ольга Б. выбрала в качестве объекта переселения из ненавидимой всеми фибрами души России далеко не либеральное государство Израиль, – это экономическая. Потому что там репатриантов обхаживают, платят пособие, дают дешевое жилье, обеспечивают бесплатные языковые курсы. В общем, «*Ubi bene, ibi patria*» – «где хорошо – там и родина». А все либеральные заморочки, сказочки о каких-то там «убеждениях», «вере» и прочих нематериальных вещах – это так, исключительно ради красного словца»¹³. Девизу Где хорошо, там и родина этически противостоят слова основоположника античной медицины Гиппократ (460–370 гг. до н.э.) *Сгорая сам, свети другим*, ставшие девизом людей, самоотверженно исполняющих свой долг, ведущих подвижнический образ жизни: *Казалось иногда, что целый мир разрушен, / Его нельзя с собою совместить. / То веры свет безвременно потушен, / И надо его делом подкрепить... / И жить уже неистово – наотмашь, почувствовать мир близким, дорогим, / И знать одно, что пригодиться можешь: / «Сгорая сам, свети еще другим!»*¹⁴. К девизам такого же типа относятся КВ Или Цезарь, или ничто – лат. *Aut Ceasar, aut nihil* – «жизненное кредо максималиста – или все, или ничего»¹⁵, восходящее, по свидетельству римского историка Светония, к высказыванию императора Калигулы (12–41 гг.), окружавшего себя утонченной роскошью, и *Со щитом или на щите* – лат. *Aut cum scuto, aut in scuto*¹⁶ – девиз бесстрашного человека, готового пойти на риск, упомянутый в сочинении древнегреческого историка Плутарха (46 – ок. 127 г.) «Изречения лакедемонянок». Оба эти девиза употребляются в публицистических текстах: *У многих народов мира есть вариант на тему древней латинской пословицы: «Или Цезарь, или ничего». Но, кажется, одни русские живут по-писаному, то есть они не признают Горациеву «золотую середину» и любят крайности, как никто. Наши уж если пьют, то до положения риз, если воюют, то до последнего человека, если любят, то до самозабвения, если проигрываются, то в прах. Та же мода у нас наблюдается и по общественной линии: то мы существуем на положении белых рабов, и, главное, органично существуем, то нам подавай царство Божие на земле»¹⁷; Ну а насчет тактики... Что партийные съезды весьма одобрили тактику «иль со щитом, или на щите», «смерть со славой или смерть со срамом», – это верно. Но тактика кадетов – не на съездах, а на деле – пахнет**

¹² Серов 2003, 162–163.

¹³ Сергеев 2014.

¹⁴ Пеняков 2014.

¹⁵ Серов 2003, 295.

¹⁶ Серов 2003, 674–675.

¹⁷ Пьецух 2002.

чем-то другим. Вы против вооруженного восстания? Имеете, господа, на это полное право¹⁸.

Чаше же всего интернациональные девизы античного происхождения отражают принципы, которыми руководствуются представители определенных социальных групп или элиты общества, занимающие ключевые позиции в управлении государством, в каком-либо виде деятельности. Таковы, например, КВ *Пусть ненавидят – лишь бы боялись* – лат. *Oderint, dum metuant* – кредо диктаторов, впервые употребленное в трагедии «Атрей» римского драматурга Акция (170–90 гг. до н.э.), затем ставшее любимым выражением прославившегося своей жестокостью императора Калигулы¹⁹, и КВ *Разделяй и властвуй* – лат. *Divide et impera* (по неподтвержденным данным – девиз политики Древнего Рима, по предположению Г. Гейне – принцип правления македонского царя Филиппа II (IV в. до н.э.); П. Мериме связывает этот девиз с правлением французского короля Людовика XI (1423–1483)²⁰). Оба эти КВ достаточно часто фигурируют в качестве девизов политиков, чья деятельность осуждается мировым сообществом: *У портала оказался проект, по-видимому, подготовленный в начале этого года политтехнологами Шевчука. Если верить этому документу, весьма заняты, хотя и довольно банальны методы работы этих «политтехнологов»: срыв выборов, нагнетание напряженности на границах Приднестровья с помощью провокаций, фальшивое покушение на Президента, дискредитация соперников самыми изощренными методами, использование административного ресурса для ухудшения ситуации в республике... Если верить опубликованному проекту «агрессивной избирательной кампании», то «опричники» Шевчука предполагают применить стародавний метод «разделяй и властвуй» в отношении конкурентов действующего президента самопровозглашенной республики²¹; – А любить нас необязательно. Начнут шалить, погрозим линейкой, живо ручки под парту спрячут! Пока у нас есть линейка, условные рефлексы всегда можно восстановить <...> – Это в смысле «пусть ненавидят, лишь бы боялись»? Тоже вариант, одна беда – такая конструкция не только морально ущербна, но, что гораздо хуже, лишена устойчивости в перспективе²². Позднее эта группа КВ пополнилась оборотом *Цель оправдывает средства* – ит. *Il fine giustifica mezzi*, который стал девизом иезуитов. Он благословляет любые, в том числе безнравственные способы достижения желаемого. Источником девиза считают строки из сочинения «Государь» Н. Макиавелли (1532 г.)²³. Несмотря на более чем пять с половиной столетий, отделяющих нас от Макиавелли, сформулированный им девиз продолжает активно использоваться в языках Европы и в русском коммуникативном пространстве: **Оправдывает ли цель средства?** <...> **Вопрос этот далеко не нов, им пронизана вся история социально-политической и этической мысли** <...> **Приписывая марксизму-ленинизму принцип «цель оправдывает средства», буржуазные идеологи хотят морально***

¹⁸ Ленин 1906/13, 286.

¹⁹ Бабкин, Шендцов 1987/2, 178–179.

²⁰ Берков, Мокиенко, Шулежкова 2009/2, 286.

²¹ Прохвятилов 2016.

²² Некроэлита. Как она захватила Украину и что теперь будет, <http://www.odnako.org/blogs/>

²³ Берков, Мокиенко, Шулежкова 2009/2, 527–528.

опорочить не только средства, используемые коммунистами в политической борьбе, но бросить тень и на конечные цели коммунистического движения²⁴.

На фоне вышеназванных девизов резко выделяется тот, что был сформулирован римским писателем и оратором Марком Туллем Цицероном (106–43 гг. до н.э.) в речи «О законах»: лат. *Salus populi suprema lex* – рус. *Благо народа – высший закон*²⁵. Он появляется на страницах журналов и газет, на интернет-сайтах, когда речь идет о делах и самоотверженных поступках, совершающихся во имя счастья и благополучия людей. Так, например, очерк о бывшем воине-интернационалисте Валерии Буркове, потерявшем на афганской войне обе ноги, но сумевшем вернуться в строй, добиться принятия закона о создании благоприятных условий для реабилитации и социальной адаптации инвалидов, начинается словами: «**Благо народа – высший закон**» – таков девиз Валерия Буркова. Человека, многое пережившего, многое сделавшего. Сегодня этот легендарный человек находится в Челябинске, куда прибыл в составе делегации Героев РФ для изучения условий жизни инвалидов войны, участников боевых действий, семей погибших воинов²⁶.

Античные КВ пополнили ряды российских *лозунгов-характеристик*, которые в лаконичной форме в высоком стилистическом регистре дают определенную аксиологическую «аттестацию» какому-либо явлению. Ср., напр., КВ древнегреческого философа Протагора, жившего в V в. до н.э., *Человек – мера всех вещей* – греч. *Panton chre metron antropos*, которое стало девизом современной мировой науки с ее антропоцентризмом. В XVI в. в научном трактате «Нравственные и политические очерки», написанном по-латыни, английский философ Фрэнсис Бэкон дал жизнь девизу-характеристике *Scientia est potentia* – *Знание-сила*²⁷. Оба эти девиза прочно вошли в русский литературный язык, см., например: **Человек есть мера всех вещей** <...> Логик А.М. Анисимов комментирует: «Это очень удобная философия, поскольку позволяет оправдать все, что угодно <...> Однако возможны и другие оценки тезиса, вполне позитивные. В самом деле, всю информацию, поступающую извне, человек пропускает через себя, через свое тело, личность, душу, разум. Естественно, что он волей-неволей выступает таким мерилом-фильтром <...> человек при оценке-взгляде на вещи не может выпрыгнуть из самого себя, из своей «шкуры», быть стопроцентно беспристрастным, объективным, что в свои мысли-суждения он всегда вносит частицу себя, своей субъективности, и как представитель той или иной общности, и как представитель всего рода человеческого²⁸; ... большинство профессоров не принадлежат к числу самых богатых людей на земле. Они специализируются на преподавании знаний, но ведь никто не может сказать, что они специализируются на проблеме использования знаний. Напоминание этой простой вещи приводит к тому, что миллионы людей продолжают верить в распространенное заблуждение, что «знание – это сила». Ничего подобного! Знание – это всего лишь потенци-

²⁴ Оправдывает ли цель средства?, www.uhlib.ru.

²⁵ Серов 2003, 56.

²⁶ Александрова 2007.

²⁷ Серов 2003, 262.

²⁸ Балашов 2010.

альная сила! Оно становится действительной силой только в том случае, если переработано в четкий план действий и направлено на конечный результат²⁹.

Часть КВ, рожденных в Древней Греции или в Древнем Риме, носит откровенно императивный характер или характер доброжелательного совета. Эти УФ могут содержать глаголы с семантикой активного действия в форме повелительного наклонения. Например, КВ *Хочешь мира – готовься к войне* – лат. *Si vis pacem, para bellum* – изречение, приписываемое римскому историку Корнелию Непоту (94–24 гг. до н.э.)³⁰; *Лови момент!* – лат. *Carpe diem!* – совет из послания «К Левкиппе» римского поэта Горация (65–8 гг. до н.э.)³¹. Некоторые КВ, выполняющие в публицистическом дискурсе лозунговую роль, с помощью сравнительных конструкций способны призвать адресата из двух зол выбирать меньшее: *Лучше поздно, чем никогда* – лат. *Potius sero, quam nunquam* – оборот, встречающийся в «Римской истории» у Тита Ливия (59 г. до н.э. – 17 г. н.э.)³²; *Промедление смерти подобно* – лат. *Periculum in mora* – КВ из того же источника³³. См., например: НАТО у российских границ: **хочешь мира – готовься к войне!** Естественно, в Кремле следят за движением вооруженных сил у российских границ и предпринимают необходимые действия для обеспечения нашей с вами безопасности. Так, например, во вторник началась внезапная проверка Вооруженных сил России, которая охватила четыре военных округа³⁴; **Промедление смерти подобно!** Украина – разменная монета в стремлении Запада (скорей всего США) уничтожить Россию <...> Если Россия отдает Киев в руки фашистов, то этим самым предаст всех, кто погиб в Великой Отечественной войне, спасая мир от коричневой чумы <...> Не ждите, чтобы Вас распяли, а вместе с Вами и народы, которые ни в чем не виноваты! <...> Речь идет о жизни и **смерти!** Чем больше **промедления**, тем больше жизней будет отдано за неспособность наших правителей защитить страну и народ от посягательств иностранных завоевателей³⁵.

Помимо античных КВ, лозунговые функции способны выполнять и УФ французского происхождения (*Гвардия умирает, но не сдается; Каждый французский солдат носит в своем ранце жезл маршала; Народ, который не желает кормить свою армию, будет кормить чужую; Один за всех и все за одного; Свобода, равенство, братство* и пр.), немецкого (*В борьбе обретишь ты право свое; Германия превыше всего!; Лишь тот достоин жизни и свободы, кто каждый день идет за них на бой; Лучшие ужасный конец, чем бесконечный ужас; Пушки вместо масла* и пр.) и английского (*Бороться и искать, найти и не сдаваться; Дайте миру шанс; Оглянись во гневе; Патриотизм – последнее прибежище негодяев; Правь, Британия, морями; Прощай, оружие!; Руки прочь!; Тот, кто не помнит своего прошлого, обречен на то, чтобы пережить его вновь* и пр.). Некоторые интернациональные лозунги проникли к нам из испанского языка (*Лучше умереть стоя, чем жить на коленях; Они не пройдут! Родина или смерть!*), из чешского (*Люди, будьте бдительны!*), из сербского (*Объединение или смерть!*).

²⁹ Знание – сила? 2012.

³⁰ Берков, Мокиенко, Шулежкова 2009/2, 519.

³¹ *Carpe diem* 2015, 44–45.

³² Берков, Мокиенко, Шулежкова 2008/1, 580.

³³ Бабкин, Шендцов 1987/2, 225.

³⁴ Морозова 2016.

³⁵ Серегина 2014.

Французский и немецкий языки являются наиболее активными поставщиками интернациональных КВ революционной тематики, главное назначение которых – играть роль лозунгов, призывов или девизов в условиях обострения социально-экономического положения внутри государства или складывания неблагоприятной международной обстановки. Они отражают накал революционных страстей, социальные и политические требования международного рабочего движения, принципы социалистического и коммунистического устройства общества.

Лидеры революционных движений XIX–XX вв. при создании новых лозунгов, девизов и призывов опирались, прежде всего, на вербальное творчество сподвижников или на философские, экономические и социологические трактаты своих идеологов. Весомый вклад в лозунговую копилку международного рабочего движения внесли К. Маркс и Ф. Энгельс. В листовках, нелегальных газетах второй половины XIX – начала XX в. при описании политической ситуации в европейских странах и в России активно использовались *лозунги-характеристики* и *лозунги-констатации*, восходящие к их работам: *Насилие – повивальная бабка истории* (К. Маркс. Капитал, т. 1, гл. 31); *Революции – локомотивы истории* (К. Маркс. Борьба классов во Франции, 1848–1850); *Религия – опиум (для) народа* (из Введения к кн.: К. Маркс. К критике гегелевской философии права, 1843). Первая фраза «Манифеста Коммунистической партии» («Manifest der Kommunistischen Partei», 1848) К. Маркса и Ф. Энгельса *Призрак бродит по Европе, призрак коммунизма – нем. Ein Gespenst geht um in Europa – das Gespenst des Kommunismus* стала грозным лозунгом-предупреждением, предсказывавшим распространение коммунистических идей³⁶. Но гораздо большее признание получила заключительная фраза «Манифеста» *Пролетарии всех стран соединяйтесь/объединяйтесь! – Proletarien aller Länder, vereinigt euch!* Она приобрела статус крылатого выражения³⁷ и была взята на вооружение «Интернационалом», массовой международной организацией трудящихся. («Интернационал» был учрежден решением двухтысячного митинга рабочих и революционеров Англии, Германии, Франции, Италии, Польши, Ирландии и других стран, который состоялся в Лондоне 28 сентября 1864 г. в поддержку польского восстания³⁸). В качестве лозунга международного рабочего движения, призывающего к сплочению работников наемного труда в борьбе за свои права³⁹, это КВ широко использовалось не только в дореволюционной подпольной печати России, но и в публицистике СССР. Остается он актуальным и в современной России как лозунг Коммунистической партии РФ.

В условиях революционного брожения в Европе XIX–XX вв. очень остро были поставлены вопросы частной собственности, свободы человека, причин нищеты, социальной несправедливости. Не случайно в это время активизируется лозунг-характеристика *Собственность – это воровство – фр. La propriété c'est le vol* – фраза, восходящая к монастырскому уставу, написанному в IV в. Василием Великим по поводу частной собственности монахов. В 1780 г. к новой жизни ее возродил видный деятель французской буржуазной революции Жан-Пьер Бриссо, а затем популяризировал социолог Пьер Жозеф Прудон, написавший книгу

³⁶ Берков, Мокиенко, Шулежкова 2009/2, 249–250.

³⁷ Büchmann 2012, 492; Böttcher 2012, 445.

³⁸ Марков 2014.

³⁹ Шулежкова 2011, 581.

«Что такое собственность?»⁴⁰. Прудон, прославившийся как идеолог анархизма, причастен также к появлению знаменитого лозунга *Анархия – мать порядка!*⁴¹. Благодаря Жан Жаку Руссо обретает новую жизнь выражение древнеримского юриста Домиция Ульпиана (170–228 гг.) *Человек рождается свободным*⁴². Живой отклик у пролетариев XIX – начала XX в. находил радикальный лозунг *Мир хижинам, война дворцам!*, появившийся во время французской буржуазной революции XVIII столетия. Связываемый с именем Себастьяна Шамфора, этот призыв в форме *Guerre aux châteaux, paix aux chaumières!* затем был включен членом конвента монтаньяром Пьером Жозефом Камбоном в доклад о декрете, который узаконивал уничтожение феодальных порядков при вступлении революционной армии на территорию неприятеля и передачу власти народным избранникам⁴³. Как и предыдущие лозунги, этот призыв с воодушевлением был воспринят в России. В самый разгар Первой мировой войны, в 1917 г., В.И. Ленин обратился к тем, кто участвовал в бессмысленной войне: *Мир хижинам, война дворцам! Мир рабочим всех стран! Да здравствует братское единство рабочих всех стран! Да здравствует социализм!*⁴⁴ Этот лозунг, осмысливаемый, правда, несколько иначе, остается в публицистическом арсенале современной России. Так, рассуждая о последствиях санкций для простых граждан, введенных после украинских событий против РФ, журналист М. Ростовский пишет: *Всем выросшим при советской власти поколениям вбивался в голову лозунг: «Мир хижинам, война дворцам». Но этот лозунг – иллюзия, обман, выдавание желаемого за действительное. Конечно, война – не важно, холодная или горячая, – периодически разрушает жизнь и во дворцах. Однако на каждый такой дворец приходится миллион разрушенных – или, как в нашем случае, серьезно затронутых международным кризисом – хижин <...> Жители Крыма в гораздо большей степени, чем все прочие россияне, чувствуют сейчас укус асимметричных санкций США, Европы и Украины. Но в какой-то мере мы все сейчас крымчане. Запад бьет не по Путину. Запад бьет по всем нам. Этот факт неприятен. Но он – факт*⁴⁵.

Интернациональный фонд УФ активно пополнялся за счет фрагментов авторских и безымянных революционных рабочих песен, рожденных в годы массовых стачек и вооруженных столкновений. Наиболее удачные строки этих песен попадали в листовки, прокламации, в нелегальную печать, обеспечивавшие им вхождение в русскую языковую систему⁴⁶. Источниками пополнения интересующего нас фонда КВ были и публичные выступления политических и государственных лидеров. И в таком случае русский язык выступал не только как «реципиент», но и как донор интернационального фонда лозунгов, призывов и девизов. С одной стороны, в нем закреплялись в качестве УФ цитаты из произведений К. Маркса и Ф. Энгельса, в которых концентрированно были выражены мысли об исторической миссии пролетариата как «могильщика буржуазии» и сформулированы его

⁴⁰ Берков, Мокиенко, Шулежкова 2009/2, 380.

⁴¹ Серов 2003, 28.

⁴² Серов 2003, 772.

⁴³ Берков, Мокиенко, Шулежкова 2008/1, 620–621.

⁴⁴ Ленин 1969/31, 296.

⁴⁵ Ростовский М. Мир хижинам – война дворцам. Западные санкции против РФ целенаправленно бьют по простым людям. Московский комсомолец 28.12.2014.

⁴⁶ См. об этом: Сальникова, Шулежкова 1987.

задачи в борьбе с миром капитала. С другой стороны, к началу XX в. именно в России сложилась самая острая революционная ситуация, и социалистические идеи, заложенные в трудах немецких классиков, нашли в России наиболее последовательных и деятельных адептов. В практической агитационной работе, которую возглавил В.И. Ленин, рождались лозунги, призывы и девизы, которые осваивались затем рабочими других стран. Многие из ленинских цитат перешагнули российские границы. Они вошли в национальные языки европейских народов и заняли достойное место в интернациональном фонде публицистических средств, о чём нам и другим авторам уже приходилось писать⁴⁷. Пополнил в свое время интернациональный лозунговый арсенал и И.В. Сталин, с 1924 по 1953 гг. стоявший у руля первого в мире социалистического государства⁴⁸.

Судьбы отличающихся по происхождению и по семантике разрядов интернациональных КВ, выполняющих лозунговую функцию, не совпадают. При изменяющихся ситуациях носители языка трансформируют старые лозунги, приспособляя их к новым реалиям, что иногда заканчивается для этих языковых единиц утратой их исконного значения⁴⁹. Чем радикальнее мысль, заложенная в лозунге, чем определеннее в нем угроза (разрушения, смерти, ненависти к противнику), чем выше передаваемое им патетическое напряжение, тем вернее по прошествии острых военных, политических и социальных кризисов подвергается он «травестированию», высмеиванию, тем скорее он утрачивает положительную коннотацию и переходит в разряд отрицательных публицистических средств. В то же время лозунговые УФ, отражающие общечеловеческие ценности, призывающие к миру, к единению всех людей на Земле, осуждающие насилие и аморальные деяния, обладают более высокой «жизнестойкостью». Не случайно лозунги типа *Спешите делать добро!*, *Прощай, оружие!*, *Дайте миру шанс!*, *Перекуем мечи на орала!*, *Взявшие меч от меча и погибнут*, несмотря на вовлеченность их в поле языковой игры, по-прежнему находят живой отклик в сердцах миллионов людей, как неизменно востребованными оказываются КВ античного происхождения.

Привлекательным для народов Европы и России остается призыв к единению, к мирному сосуществованию всех народов Земли, содержащийся в КВ *Обнимитесь, миллионы! [Слейтесь в радости одной!]* – нем. *Seid umschlungen, Millionen!* из оды Ф. Шиллера «К радости» (1786 г., в переводе И. Миримского), положенной на музыку Л. ван Бетховеном в 1826 г.⁵⁰ (Его международная популярность поддерживается тем, что «Ода к радости» является официальным гимном Евросоюза.) В современной российской публицистике этот призыв может использоваться и с его изначальной позитивной семантикой, и с иронией, и с явной издевкой: *Вступая в ЕС, младевропейцы подарили своим старшим партнерам многое – ресурсы, промышленность, квалифицированную рабочую силу, приняли их правила игры в экономике, культуре и политике. Теперь они на равных конкурируют с ними в общеевропейских институтах. Как там у Шиллера в гимне Европы «Ода к радости»: «Обнимитесь, миллионы, слейтесь в радости одной»?⁵¹; Это город*

⁴⁷ См. об этом: Шулежкова 1991; 1997; Chlebeda 2005, 327–336.

⁴⁸ См. об этом: Шулежкова 2004; 2015, 64–94.

⁴⁹ 49 См. об этом: Шулежкова 2001, 242–264; 2012; Осипова, Шулежкова 2015.

⁵⁰ Берков, Мокиенко, Шулежкова 2009/2, 111.

⁵¹ Коваленко 2009.

Мюнхен. Говорят, иммигрантов и чужаков баварцы недолюбливают, но на экране мы видим толпу радостных людей, скандирующих радостное «велкам» и вздымающих вверх плакаты с приветственными словами <...> немцы напуганными не выглядят – напротив, они в приподнятом настроении, возбуждении, радостном предвкушении прекрасных перемен. Общество переживает эмоции в духе **«Обнимитесь, миллионы»** <...> Оптимисты радостно предсказывают торжество мультикультурализма, приветствуют инъекцию свежих жизнеспособных сил в расслабленную пожилую Европу, видят импульс к прогрессу и процветанию. Зима – скоро. Увидим, кто был прав. Короче, **обнимитесь, миллионы**. Не задушите только друг друга в объятиях, ок?»⁵² Приведенные примеры – типичные образцы функционирования в российских публицистических текстах интернациональных КВ, востребованных временем.

Заключение

Итак, в русском коммуникативном пространстве функционирует значительный пласт заимствованных КВ, которые имеют параллели в других европейских языках. Интернациональные КВ в публицистических текстах нередко играют роль лозунгов-констатаций, девизов, лозунгов-характеристик, призывов и т.д. Важнейшие их источники – античная вербальная культура, изречения европейских ученых, писателей, поэтов, лидеров революционных движений, политических и государственных деятелей разных эпох. Проникали эти КВ в русский язык либо в обличье родных языков (латинского, немецкого, французского, английского и др.), либо в форме калек.

ЛИТЕРАТУРА

- Александрова, Е. 2007: Благо народа – высший закон. *Uralpress.ru*. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://uralpress.ru/reviews>
- Бабкин, А.М., Шендецов, В.В. 1987: *Словарь иноязычных выражений и слов*. Т. 2. Ленинград.
- Балашов, Л. 2010: *Дневник размышлений*. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://lev-balashov.livejournal.com/23289.html>
- Берг, Н.Н. 2015: Вирус бешенства. Обнимитесь, миллионы? *Антифашист*. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://antifashist.com/item/>
- Берков, В.П., Мокиенко, В.М., Шулежкова, С.Г. 2000: *Большой словарь крылатых слов русского языка*. М.
- Вальтер, Х., Мокиенко, В.М. 2015: Структура лозунга и его дефиниции. В сб.: *На крыльях слова* (гл. ред. А.А. Осипова, Н.В. Позднякова). Магнитогорск, 289–300.
- Коваленко, Е. 2009: Обнимитесь, миллионы! *Частный корреспондент*. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.chaskor.ru/p.php?id=7952>
- Крысин, Л.П. 2007: *Толковый словарь иноязычных слов*. М.
- Ленин, В.И. 1906: Среди газет и журналов. *Полное собрание сочинений*: в 55 т. Т. 13. М. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://politazbuka.info/texts/615-lenin-vladimir-polnoe-sobranie-sochineniy-5-izdanie-tom-13.html>

⁵² Берг 2015.

- Ленин, В.И. 1917: Воззвание к солдатам всех воюющих стран. *Полное собрание сочинений*: в 55 т. Т. 31. М. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://politazbuka.info/texts/615-lenin-vladimir-polnoe-sobranie-sochineniy-5-izdanie-tom-31.html>
- Маллямов, Р. 2012: Знание – сила? *Махалля*. 1. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://mahalla1.ru/articles/poznanie-i-razvitie/znanie-sila.php>
- Марков, М. 2014: 1-й Интернационал и его роль в мировом рабочем движении. *РОТ ФРОНТ*. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.rotfront.su/1-й-интернационал-и-его-роль-в-мировом-р/>
- Михельсон, М.И. 1902: *Русская мысль и речь. Опыт русской фразеологии*. Т. 1. СПб.
- Морозова, С. 2016: НАТО у российских границ: хочешь мира – готовься к войне. *Вся правда*. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://allpravda.info/nato-u-rossijskikh-granits-khochesh-mira-gotovsya-k-voyne-19341.html>
- Осипова, А.А., Шулежкова, С.Г. 2015: Советские лозунги в художественной литературе и в современной публицистике конца XX – начала XXI в. *Вестник Кемеровского государственного университета* 4 (64). Т. 4, 161–166.
- Пеняков, А. 2014: Сгорая сам, свети другим! *Парнас.ru*. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://parnasse.ru/poetry/lyrics/philosophical/-sgoraja-sam-sveti-drugim.html>
- Прохватилов, В. 2016: Открылся «Русский Викиликс». *Версия* 24. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://versia.ru/v-internet-slili-plan-pobedy-prezidenta-pridnestrovyaevgeniya-shevchuka>
- Пьецух, В. 2002: Сравнительные комментарии к пословицам русского народа. *Журнальный зал. Октябрь*. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://magazines.russ.ru/october/2002/8/pec.html>
- Сальникова, О.Г., Шулежкова, С.Г. 1987: Крылатые выражения из революционных песен в современном русском языке. *Русский язык в школе*. 3, 71–75.
- Сергеев, Ю. 2014: Где хорошо – там и родина. *Политика*. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://politikus.ru/articles/28912-gde-horosho-tam-i-rodina.html>
- Серегина, Н.И. 2014: Промедление смерти подобно: литературный дневник. *Стихи.ru*. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.stihi.ru/diary/ninaazov1/2014-02-20>
- Серов, В. 2003: *Крылатые слова: Энциклопедия*. М.
- Шулежкова, С.Г. 1991: Знакомство учащихся с интернациональными крылатыми выражениями, восходящими к различным видам искусства. В сб.: *Межнациональные связи на уроках русского языка и литературы*. Магнитогорск, 12–20.
- Шулежкова, С.Г. 1997: Русский язык как источник заимствований для языков ближнего и дальнего зарубежья (к вопросу о судьбах русских крылатых единиц). В сб.: *Русский язык как государственный*. Челябинск, 81–86.
- Шулежкова, С.Г. 2002: *Крылатые выражения русского языка, их источники и развитие*. Moscow.
- Шулежкова, С.Г. 2004: Новая жизнь старых крылатых выражений (Сталинский след в фонде крылатых единиц современного русского языка). В кн.: М. Aleksienki i M. Kuczyńskiej (red.), *Słowo. Text. Czas VII. Nowe środki nominacji językowej w nowej Europie*. Szczecin, 283–292.
- Шулежкова, С.Г. 2012: Пионерско-комсомольский след в современном русском языке, или Судьбы крылатых выражений-советизмов. *Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского*. Т. 25 (64). 2 (1). Симферополь, 341–350.
- Шулежкова, С.Г. 2015: К истории формирования российского публицистического арсенала начала XXI столетия. В кн.: *Публицистический арсенал общественных движений России и Германии. Вербальные средства преодоления конфликтов и достижения толерантности*. Магнитогорск–Greifswald, 64–95.

- Böttcher, K., Berger, K.H., Krollop, K., Zimmermann, Ch. (red.) 1981: *Geflügelte Worte. Zitate, Sentenzen und Begriffe in ihrem geschichtlichen Zusammenhang*. Leipzig.
- Büchmann, G. 2012: *Geflügelte Worte. Der klassische Zitatenschatz*. Ullstein.
- Chlebda, W. 2005: *Szkice j skrzydlatych słowach. Interpretacje lingwistyczne*. Opole.
- Walter, H. (Leitung) 2016: *Carpe diem! Wörter und Wendungen aus dem Lateinischen und Griechischen. Bedeutung. Herkunft. Anwendung. Mit slawischen Parallelen*. Greifswald.

REFERENCES

- Aleksandrova, E. 2007: Blago naroda – vysshij zakon. *Uralpress.ru*, <http://uralpress.ru/reviews>
- Babkin, A.M., Shendecov, V.V. 1987: *Slovar' inozazychnyh vyrazhenij i slov*. T. 2. Leningrad.
- Balashov, L. 2010: *Dnevnik razmyshlenij*, <http://lev-balashov.livejournal.com/23289.html>
- Berg, N.N. 2015: Virus beshenstva. Obnimites', milliony? *Antifashist*, <http://antifashist.com/item>.
- Berkov, V.P., Mokienko, V.M., Shulezhkova, S.G. 2000: *Bol'shoj slovar' krylatyh slov russkogo jazyka*. Moscow.
- Böttcher, K., Berger, K.H., Krollop, K., Zimmermann, Ch. (red.) 1981: *Geflügelte Worte. Zitate, Sentenzen und Begriffe in ihrem geschichtlichen Zusammenhang*. Leipzig.
- Kovalenko, E. 2009: *Obnimites', milliony! Chastnyj correspondent*, <http://www.chaskor.ru/p.php?id=7952>
- Krysin, L.P. 2007: *Tolkovyj slovar' inozazychnyh slov*. Moscow.
- Lenin, V.I. 1906: *Sredi gazet i zhurnalov. Polnoe sobranie sochinenij*: v 55 t. T. 13. Moscow, <http://politazbuka.info/texts/615-lenin-vladimir-polnoe-sobranie-sochineniy-5-izdanie-tom-13.html>
- Lenin, V.I. 1917: *Vozzvanie k soldatam vseh vojujushchih stran. Polnoe sobranie sochinenij*: v 55 t. T. 31. Moscow.
- Malljamov, R. 2012: Znanie – sila? *Mahallja 1*, <http://mahalla1.ru/articles/poznanie-i-razvitie/znanie-sila.php>
- Markov, M. 2014: 1-j Internacional i ego rol' v mirovom rabochem dvizhenii. *ROTFRONT*, www.rotfront.ru/1-j-internacional-i-ego-rol'-v-mirovom-r/
- Mihel'son, M.I. 1902: *Russkaja mysl' i rech'*. *Opyt russkoj frazeologii*. T. 1. Saint-Petersburg.
- Morozova, S. 2016: NATO u rossijskich granic: hochesh' mira – gotov'sja k vojne. *Vsja Pravda*, <http://allpravda.info/nato-u-rossijskich-granits-khochesh-mira-gotovsya-k-voyne-19341.html>
- Osipova, A.A., Shulezhkova, S.G. 2015: Sovetskie lozungi v hudozhestvennoj literature i v sovremennoj publicistike konca XX – nachala XXI v. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta* 4 (64). T. 4, 161–166.
- Penjakov, A. 2014: Sgoraja sam, sveti drugim! *Parnas.ru*, <http://parnasse.ru/poetry/lyrics/philosophical/-sgoraja-sam-sveti-drugim.html>
- Prohvatilov, V. 2016: Otkrylsja «Russkij Vikiliks». *Versija* 24, <https://versia.ru/v-internet-slilip-plan-pobedy-prezidenta-pridnestrovy-evgeniya-shevchuka>
- P'ecuh, V. 2002: Sravnitel'nye kommentarii k poslovičam russkogo naroda. *Zhurnal'nyj zal. Oktjabr'*, <http://magazines.russ.ru/october/2002/8/pec.html>
- Sal'nikova, O.G., Shulezhkova, S.G. 1987: Krylatye vyrazhenija iz revoljucionnyh pesen v sovremennom russkom jazyke. *Russkij jazyk v shkole* 3, 71–75.
- Sergeev, Ju. 2014: Gde horosho – tam i rodina. *Politika*, <http://politikus.ru/articles/28912-gde-horosho-tam-i-rodina.html>
- Seregina, N.I. 2014: Promedlenie smerti podobno: literaturnyj dnevnik. *Stihi.ru*, <http://www.stihi.ru/diary/ninaazov1/2014-02-20>
- Serov, V. 2003: *Krylatye slova: Jenciklopedija*. Moscow.

- Shulezhkova, S.G. 1991: Znakomstvo uchashhihsja s internacional'nymi krylatymi vyrazhenijami, voshodjashhimi k razlichnym vidam iskusstva. In: *Mezhnacional'nye svyazi na urokah russkogo jazyka i literatury*. Magnitogorsk, 12–20.
- Shulezhkova, S.G. 1997: Russkij jazyk kak istochnik zaimstvovanij dlja jazykov blizhnego i dal'nego zarubezh'ja (k voprosu o sud'bah russkih krylatyh edinic). In: *Russkij jazyk kak gosudarstvennyj*. Cheljabinsk, 81–86.
- Shulezhkova, S.G. 2002: *Krylatye vyrazhenija russkogo jazyka, ih istochniki i razvitie*. Moscow.
- Shulezhkova, S.G. 2004: Novaja zhizn' staryh krylatyh vyrazhenij (Stalinskij sled v fonde krylatyh edinic sovremennogo russkogo jazyka). In: M. Aleksienki, M. Kuczyńskiej (pod red.), *Słowo.Text. Czas VII. Nowe środki nominacji językowej w nowej Europie*. Szczecin, 283–292.
- Shulezhkova, S.G. 2012: Pionersko-komsomol'skij sled v sovremennom russkom jazyke, ili Sud'by krylatyh vyrazhenij-sovetizmov. *Uchenye zapiski Tavricheskogo nacional'nogo universiteta im. V.I. Vernadskogo* 25 (64). 2 (1). Simferopol', 341–350.
- Shulezhkova, S.G. 2015: K istorii formirovanija rossijskogo publicisticheskogo arsenala nachala XXI stoletija. In: *Publicisticheskij arsenal obshhestvennyh dvizhenij Rossii i Germanii. Verbal'nye sredstva preodolenija konfliktov i dostizhenija tolerantnosti*. Magnitogorsk – Greifswald, 64–95.
- Val'ter, H., Mokienko, V.M. 2015: Struktura lozunga i ego definicii. In: A.A. Osipova, N.V. Pozdnjakova (red.), *Na kryl'jah slova*. Magnitogorsk, 289–300.

YOU MILLIONS, EMBRACE!
(international catchphrases as the slogan base)

Svetlana G. Shulezhkova

Nosov Magnitogorsk State Technical University, Russia,
shulezkova@gmail.com

Abstract. There are many international catchphrases in Russian catchword fund. Some of them can have an appeal function in publicistic texts. The author of this article finds the sources of these phrases, defines their genre and theme roles in modern communication and reveals the factors that influence the future of these language units. The international catchphrase analysis revealed that the antique catchphrases dominate in Russian catchword fund. There are also some big groups of German, French and English catchphrases. Only a few of international catchphrases have Spanish, Italian and other national roots. In publicistic writing international catchphrases can be presented in different slogan genres: *statements, descriptions, appeals, mottoes, battle cries and imperatives*. Some phrases express aspirations of working people who want to join and fight against enslavers and capitalists all around the world. Other catchphrases represent red ideas and socialist ideology. Also, there are some phrases that contain democratic appeals and deal with moral, civil, judicial, business or cultural parts of our life. The analysis proves that international catchphrases can undergo different transformations. However, slogans of radical red movement are the easiest to transform.

Key words: catchphrase, the Russian language, international, statements, descriptions, mottoes, Latin, German, French, English



ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА, ОТРАЖАЮЩИЕ НАЦИОНАЛЬНОЕ СВОЕОБРАЗИЕ РУССКОГО ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА XX – НАЧАЛА XXI в.

Problemy istorii, filologii, kul'tury
3 (2016), 57–65
© The Author(s) 2016

Проблемы истории, филологии, культуры
3 (2016), 57–65
© Автор(ы) 2016

**«ПРЕЖДЕ ОРУЖИЯ – МЫ ИСПЫТЫВАЕМ СЛОВО». ТЕКСТОВЫЕ
МАРКЕРЫ НЕОГРАНИЧЕННОЙ ЛЖИ И ОГРАНИЧЕННОЙ ПРАВДЫ
В ГОСУДАРСТВЕННОЙ ГАЗЕТЕ
(по страницам романа Е. Замятина «Мы»)**

С.Л. Андреева

*Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова,
Магнитогорск,
216zamsv@mail.ru*

Аннотация. Статья посвящена проблеме манипуляции общественным сознанием в государственных газетах, формированию у читателей критического мышления и навыков распознавания правды и лжи в пропагандистских текстах.

Материалом послужил стилизованный под газетный текст фрагмент романа Е.И. Замятина «Мы». Антиутопии ценны тем, что становятся индикаторами стереотипов массового сознания, которые используются манипуляторами. Стройной системой готовых социальных стереотипов является утопизм, поэтому даже самые безобидные утопические идеи легко «переворачиваются» манипуляторами. Главной привлекательностью утопических констант является их прочная связь с культурно-исторической памятью народа и безусловная положительная оценка, блокирующие критическое мышление. В анализируемом отрывке романа представлена типичная модель газетной манипуляции.

В статье анализируется технология манипуляции общественным сознанием с использованием речевых стереотипов, которые делают незаметными механизмы манипулирова-

Андреева Светлана Леонидовна – кандидат филологических наук, доцент кафедры документо-ведения и архивоведения Магнитогорского государственного технического университета им. Г.И. Носова. E-mail: 216zamsv@mail.ru

ния – блокирование критического мышления (лестью, запугиванием), деформацию исходного образа, формирование ключевой манипулирующей иллюзии, постановку требуемой цели. Технология манипуляции разворачивается скрыто, в подтексте, для чего используются речевые стереотипы: закономерности актуального членения предложения; сочетание коннотативно не сочетающихся слов; использование слов с ослабленным или отсутствующим предметным значением; формирование нужного ассоциативного фона с помощью аллюзий, частично искажающих смысл древних текстов; трансформация фразеологизированных синтаксических конструкций, подмена понятий, повторы и т.д.

Пропагандистский текст государственной газеты считается по повторяемости элементов текста, по их строгой выверенной последовательности, по лаконичности формы и отсутствию «лирических отступлений». Отточенность пропагандистских текстов есть результат действия типичного механизма манипулирования общественным сознанием.

Ключевые слова: технология манипуляции, общественное сознание, газетный текст, антиутопия «Мы», Е.И. Замятин, речевые стереотипы

Введение

Проблема манипуляции общественным сознанием (далее – МОС) начала обозначаться в 60-е гг. XX в. в связи с опасностью воспроизводства тоталитарных режимов¹, а позднее – с рекламным психологическим «зомбированием», меняющим ценностную парадигму общества, лишаящим индивида способности противостоять манипуляции². Сегодня указанную проблему рассматривают в аспекте информационно-психологической безопасности человека и общества³. Анализ проблемы МОС проводился с трех возможных позиций: *с позиции жертвы манипуляции, с позиции внешнего наблюдателя и с позиции манипулятора*. Последняя позиция превратила знания средств речевого (и не только) воздействия на индивидуальное и массовое сознание в технологию, которой профессионально обучают и которая таким образом постоянно совершенствуется⁴.

Манипуляция представляет собой умелую, сложную и всегда скрытую игру *стереотипами*. Из них формируется *иллюзия*, которая незаметно внушается людям, чтобы те руководствовались ею в реальной жизни. Стройной системой готовых социальных стереотипов является *утопизм*, заставляющий человека смотреть на мир сквозь призму устойчивых и исторически воспроизводимых доминант. Данный тип сознания удобен манипулятору: 1) он сам по себе есть комплекс готовых иллюзий, с помощью которого легко добиваться самых разных, в том числе негуманных целей; 2) утопические иллюзии сложно распознать как опасные, так как они системно связаны между собой, вплетены в исторический опыт предков и определяют культурную идентичность индивида; 3) утопические стереотипы базируются на архетипе, средства объективации которого в человеческой культуре разнообразны, а главное, они всегда положительно оцениваются людьми. Стереотипы в виде идей, оценок, целей, образов, представлений и других продуктов сознания человеческого социума, как правило, рано или поздно вербализуются, и языковые средства становятся трансляторами, иногда их символами, знаками.

¹ Козлова 2010, 113.

² Кара-Мурза 2004.

³ Федоров 2014; Meyssan 2007.

⁴ Доценко 1997.

Для анализа мы выбрали роман Е.И. Замятина «Мы» 1920 г., который стал не только литературным каноном антиутопий, но и интереснейшим социокультурным исследованием, раскрывающим технологию МОС. Для «проникновения» в сознание манипулируемого объекта Замятин использует дневниковую форму, помогающую рассмотреть, как действуют на простого человека попавшие в руки манипулятора слова, образы, идеи, которые веками были связаны с мечтой о всеобщем счастье.

На первой, знаковой странице романа Е. Замятин обозначает мощное орудие манипуляторов – Государственную Газету. Что лучше газеты показывает «градус» свободы/несвободы общества? Нас заинтересовал стилизованный газетный текст. Стилизация достигается за счет использования писателем типичных для газет приемов манипулирования. Отношение остального текста романа к газетным фрагментам можно рассматривать как отношение *затекста* (части, где формируется почва для манипуляции) к *тексту* (внешнему конечному речевому продукту манипулятора) и *подтексту* (скрытой части текста, в которой и разворачивается механизм манипуляции).

«Говорящими» маркерами в тексте Государственной Газеты можно считать все элементы текста, включая графическое членение и шрифтовое выделение, поэтому приведем фрагмент без купюр и для удобства анализа разметим маркеры текста: *«Я просто списываю – слово в слово – то, что сегодня напечатано в Государственной Газете:*

«(1) Через 120 дней заканчивается постройка ИНТЕГРАЛА. (2) Близок великий, исторический час, (3) когда первый ИНТЕГРАЛ взовется в мировое пространство. (4) Тысячу лет тому назад (5) ваши героические предки (6) покорили власти Единого Государства (7) весь земной шар. (8) Вам (9) предстоит еще более славный подвиг: (10) стеклянным, электрическим, огнедышащим ИНТЕГРАЛОМ проинтегрировать бесконечное уравнение Вселенной (11) Вам предстоит благотворному игу разума (12) подчинить неведомые существа, обитающие на иных планетах – быть может, еще в диком состоянии свободы. (14) Если они не поймут, что мы несем им (15) математически безошибочное счастье, (16) наш долг (17) заставить их быть счастливыми. (18) Но прежде оружия – (19) мы испытываем слово.

(20) От имени Благодетеля (21) объявляется всем номерам Единого Государства:

(22) Всякий, кто чувствует себя в силах, обязан (23) составлять трактаты, поэмы, манифесты, оды или иные сочинения (24) о красоте и величии Единого Государства

(25) Это будет первый груз, который понесет ИНТЕГРАЛ

(26) Да здравствует Единое Государство, (27) да здравствуют номера, (28) да здравствует Благодетель!»⁵

Элемент 1 – нейтральный новостной элемент газетного текста. Он всегда необходим манипулятору как повод для начала коммуникации.

Элемент 2 (*Близок великий, исторический час*) – первый маркер манипуляции, выполняющий задачу снижения или полного уничтожения критической рефлексии.

⁵ Замятин 1989, 307.

сии путем отвлечения внимания читателя на что-то малозначимое, но представляемое, как значительное. Использование эпитетов *великий, исторический* (час) рассчитано на честолюбие адресата и на внедрение мысли, что он (маленький человек) приобщен к великой истории, вершит ее. В стремлении подавить критическое мышление манипулятор может делать расчет на человеческую лень, желание переложить ответственность на другого, страх перед будущим, желание войти в какую-то социальную группу (или хотя бы быть причисленным к ней) или, например, на желание отметиться в истории. Стереотип «человек способен вершить историю по своему усмотрению», по мнению немецкого историка Р. Козеллека, создан нашим временем: «...мысль о способности человека творить историю возникла лишь около 1780 года <...> в результате длительной эволюции теоретической мысли Просвещения»⁶. Призыв вершить историю способен романтизировать все что угодно: он не связан с конкретным представлением о действиях, а только с результатом – изменять судьбу народа/ов, стран/ы, и, главное, быть причисленным к категории не «тварей дрожащих», а тех, «кто право имеет». Прилагательное *великий*, типичный маркер лжи, используется для романтизации внушаемой идеи, ослабления критического мышления и деформации образа (главного условия удачной манипуляции). Причина в характере значения этого слова. Все три его значения, отмеченные толковыми словарями, качественные, однако они не формируют конкретного представления (как, к примеру, цветочные прилагательные). Восприятие этого слова связано с операцией сравнения предметов, явлений или признаков со средней нормой, т.е. можно сказать и *великий поэт / полководец / почин* ('выдающийся по своим достоинствам, очень важный'), и *великий преступник, / глупец, / страх* ('превышающий среднюю меру'). Многозначность и абстрактность слов ловко используется манипуляторами. Расчет на стереотип. Так, по данным РАС⁷ из 636-ти ассоциаций на слово *великий* – только 18 (0,03%) реакций содержат отрицательные оценки (*глупец, страх, демагог, демон, грех, ничтожество, ужас* и др.), причем часть из них можно признать ассоциациями по противоположности. Безусловно, прилагательное *великий* исходно транслирует положительную оценку существительным, с которыми сочетается.

Элемент 3 (*когда первый ИНТЕГРАЛ взойдет в мировое пространство*) продолжает романтизацию и усиливает уникальность момента, еще более подвывая критическое восприятие. Слова *первый (впервые)* выполняют функцию словесных «крюков» внимания и поэтому часто используются рекламой. Сочетание *мировое пространство* вводит утопический стереотип всемирности (положительно оценивается то, что является всеобщим, например, если *пролетариат*, то обязательно *мировой*, если разрушить, то *весь мир насилья*, если бороться, то с *Мировым Злом* за *Мировое Добро*, если *счастье*, то *для всех* и лучше *одинаковое* и т.п.).

Элемент 4 (*тысячу лет тому назад*) – стандартный прием отсылки к культурной памяти народа. В прошлом выбирается общеизвестный факт, который подвергается деформации (см. фрагменты 5, 6, 7 – *ваши героические предки покорили власти Единого Государства весь земной шар*). Налицо целенаправленное искажение прошлого: «героические предки нумеров» – это те, кто выжил в двухсот-

⁶ Koselleck 1979.

⁷ Русский ассоциативный словарь 2002/1, 81.

летней войне; также из романа мы знаем, что покорен был далеко не весь земной шар (за Зеленой Стеной живут люди в «диком состоянии свободы»), да и Единое Государство оказалось не таким уж единым (периодически появляются «враги счастья»). Все деформированные образы отличает простота, а то, что не вместились в них, отмечается. Расчет таков: человек, по-новому оценивающий свое прошлое, иначе (в заданном русле) оценивает настоящее и, главное, навязываемое будущее. Упрощенный образ вводится как истина, настолько ясная и простая, что человек удивляется тому, как раньше он не понимал очевидного. И еще с большей силой начинает верить в правоту манипулятора. В этот момент закрепляются каркасные для МОС иллюзии: 1) *«наконец-то нашелся мессия, который знает правильный путь»*; и 2) *«сам он (манипулируемый) не способен здраво мыслить, поэтому должен слушаться мессию и верить ему»*. Формируется суггестивное сознание, которым можно легко управлять⁸.

Искажение знакомого образа часто осуществляется путем подмены понятий. Легче всего использовать слова, которые имеют привычное для всех, но совершенно неконкретное значение. Часто мы наблюдаем игру «базовыми наименованиями констант культуры» (по Ю. Степанову⁹), их производными, синонимами, словами общей тематической группы – *добро, благо, совесть, подвиг, правда, грех, закон, народ, разум, свой, чужой, число, мир, цивилизация* и т.п. Вспомним, что главного тирана в романе «Мы» зовут не иначе, как *Благодетель*, а публичную казнь *Праздник Правосудия*.

Элемент 9 (*еще более славный*) усиливает романтизацию за счет связи с культурной памятью (конечно, уже в деформированном виде) и скрыто вводит истинную задачу будущего *предстоит подвиг*. Однако слово *подвиг* при всей своей положительной коннотации все же связано с жертвенностью, поэтому далее суть задачи вводится не прямо («колонизировать другие планеты»), а метафорически (*стеклянным, электрическим, огнедышащим ИНТЕГРАЛОМ проинтегрировать бесконечное уравнение Вселенной* (10)). Вообще наличие метафор (и образных экспрессивных сравнений) в официальных текстах чаще всего, с нашей точки зрения, показатель МОС и маркер лжи.

Искусство манипулятора заключается не только в подборе слова, но и создании для него нужного контекста. И здесь используются речевые стереотипы, например, закономерности актуального членения предложения. Так, знание, что новая информация, коммуникативно более важная размещается в реме (традиционно совпадающей с концом предложения), становится причиной попадания в «ловушку». Этот прием подметил и смоделировал Замятин: стратегически важная мысль «готовится военный захват инопланетных территорий» включается не в рему, а в тему, которая обычно считается поверхностно как уже известное, знакомое читателю. В рему же помещается малозначимая для манипулятора, совершенно «беззубая» информация. Фраза, вынесенная в заголовок статьи, тому пример: *«Прежде оружия мы испытываем слово»* с позиций актуального членения делится на тему – *«прежде оружия»* (18) и рему – *«мы испытываем слово»* (19). До этого речь о завоевании «неведомых существ» не шла, поэтому сознание читателя готовят к вводу «опасной» информации. Ранее по тексту мы виде-

⁸ Козлова 2010, 117.

⁹ Степанов 2001, 6.

ли еле заметные сигналы – *подчинить* (1-й семантический сигнал), но внимание читателя сразу «усыпляется» контекстом из привычных ценностных стереотипов *благодетельному игу разума*. «Благо» и «Разум» – абсолютные культурные константы, позитивно оцениваемые всеми. То же происходит и со вторым сигналом *заставить их* (2-й сигнал). Его смысл нивелирован положительно окрашенным контекстом *быть счастливыми* и манипуляцией на чувстве вины и ответственности *наш долг* (16). В сознание читателей незаметно, между делом в синтаксически слабых позициях (не в предикатах, не в реме) вводится информация, которая при прямой подаче могла бы вызвать нежелательную реакцию со стороны читателей: споры, протесты, обвинения. Поэтому ее подают так, будто она всем уже очевидна и всеми принята. Манипулятор просто скрыто упрекает гражданина «Ты один не понимаешь!».

Читателя обескураживает стилистический прием сочетания коннотативно несочетающихся слов *дикое состояние свободы*, *заставить быть счастливыми*, *благодетельное иго* и др. Такой прием тоже входит в арсенал методов оценочной деформации образа.

19-й элемент текста *мы испытываем слово*, хотя и информативно слабый, но включен в МОС. Это еще одна отсылка культурной памяти, аллюзия на евангельский текст – «В начале было слово» (Ин 1: 1). Навязывается ассоциативная связь двух ситуаций: момент сотворения мира Богом и начало колонизации ИТЕГРАЛОМ. Мы видим, что библейский образ деформирован, ведь Бог никого не собирался завоевывать: он творил сам без оружия и насилия. Замятин обозначает здесь важную тоталитарную идею, воспринятую социальными утопиями от крестовых походов римской церкви: «Насильственный захват территории, ресурсов оправдан, так как взамен захватываемые народы получают «правильную» идею (веру, государственный строй, образ жизни, «правильное счастье» или что-нибудь правильное до бесконечности вариантов)». Именно эта мысль заложена в предложении (14) *Если они не поймут, что мы несем им* (15) *математически безошибочное счастье*, (16) *наш долг* (17) *заставить их быть счастливыми*.

Есть и собственно «распорядительная» часть объявления, которая является, по сути, информативно пустой, но функционально значимой для манипулятора: (20) *От имени Благодетеля* (21) *объявляется всем нумерам Единого Государства*: (22) *Всякий, кто чувствует себя в силах*, (23) *обязан составлять трактаты, поэмы, манифесты, оды или иные сочинения* (24) *о красоте и величии Единого Государства*. Во-первых, делается ссылка на непререкаемый авторитет, мессию, гения: *от имени Благодетеля*. В его имени Замятин зашифровал главную оправдательную идею тирании «что бы ни делал мессия, все – на Благо». *Благо* – это слово-блокатор критического мышления. Его суть – положительная оценка чего угодно, при этом оно не наполнено предметным содержанием, как и прочие слова, которыми играет манипулятор.

В этом же отрывке (элементы 22, 23, 24) мы встречаем пример речевого давления, которое также маскируется речевым стереотипом – фразеологизированной синтаксической конструкцией: *всякий, кто чувствует себя в силах* <...> *может*. После первой части фразы (22) *всякий, кто чувствует себя в силах* читатель ожидает увидеть вторую часть конструкции – *может* (что-либо сделать), т.е. ‘способен, в состоянии что-либо делать <...> имеет возможность, разрешение, осно-

вание для совершения какого-либо действия <...> умеет'¹⁰. Однако добрая воля, которая предполагается в первой части, полностью отсекается второй частью *обязан составлять*, т.е. 'должен сделать то, что подлежит безусловному выполнению, за что он несет ответственность'. Здесь манипулятор уже не стесняется и открыто навязывает свою волю, «градус» несвободы растет. В 24-м фрагменте *о красоте и величии Единого Государства* не просто обозначается тема, но и диктуется официально принимаемая оценка – только *о красоте и величии*.

Элемент 25 *Это будет первый груз, который понесет ИНТЕГРАЛ* – формальная новость, задача та же, что и у фрагмента 1 – отвлечь внимание граждан на что-то малозначимое.

Завершается объявление в Государственной Газете чередой призывных лозунгов: (26) *Да здравствует Единое Государство*, (27) *да здравствуют нумера*, (28) *да здравствует Благодетель!* Непривычная концовка для жанра объявлений и более подходящая для агитационных речей. Писательский выбор не случаен, он напоминает читателям романа, что в государственной газете даже объявления идеологически выдерживаются в духе государственной линии. Троекратный приветственный лозунг *Да здравствует!* сопровождает и прочие цитаты из Государственной Газеты, появляющиеся в других частях романа. Однако показательно, что постепенно из списка тех, кому адресованы приветствия, выпадает народ (нумера). В одной из последних записей дневника другое призывное объявление заканчивается тоже троекратным: *Да здравствует Великая Операция. Да здравствует Единое Государство, да здравствует Благодетель!*¹¹. «Степень несвободы» считается по повторяемости элементов текста, по их строгой выверенной последовательности, по лаконичности формы и отсутствию «лирических отступлений». Отточенность пропагандистских текстов есть результат действия стандартного механизма манипулирования.

Заключение

МОС в СМИ стала настолько привычной, что сегодня пользуются понятием «медиаграмотность», предполагающим наличие у читателей, слушателей и зрителей критического мышления, навыков в отделении правды ото лжи. Ценность антиутопий как раз и заключается в том, что они становятся индикаторами стереотипов массового сознания, проверяют качество идей на совместимость с человеческой жизнью. Главный герой романа «Мы», описывая «красоту и величие Единого Государства», заключил: «Есть идеи глиняные – и есть идеи, навеки изваянные из золота или драгоценного нашего стекла. И чтобы определить материал идеи, нужно только капнуть на него сильнодействующей кислотой, Одну из таких кислот знали и древние: *reductio ad finem*»¹².

ЛИТЕРАТУРА

Доценко, Е. 1997: *Психология манипуляций*. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://sbiblio.com/biblio/archive/docenko_psi/01.aspx.

¹⁰ Ожегов 1999, 354.

¹¹ Замятин 1989, 427.

¹² Замятин 1989, 383.

- Замятин, Е. 1989: *Избранное*. М.
- Кара-Мурза, С.Г. 2004: *Манипуляция сознанием*. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.kara-murza.ru/manipul.htm>.
- Караулов, Ю.Н., Черкасова, Г.А., Уфимцева, Н.В., Сорокин, Ю.А., Тарасов, Е.Ф. 2002: *Русский ассоциативный словарь*: в 2 т. Т. 1. М.
- Козлова, О.Н. 2010: *Манипуляция сознанием и субъектность в XXI веке*. *Вестник РГГУ* 3, 113-130. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/manipulyatsiya-soznaniem-i-subektnost-v-hhi-veke#ixzz43ACGgkJ9>.
- Ожегов, С.И., Шведова, Н.Ю. 1999: *Толковый словарь русского языка*. М.
- Степанов Ю. 2001: *Константы: Словарь русской культуры*. М.
- Федоров Д. 2014: *Фактор энтропии в развитии человека и общества. Гуманитарные аспекты информационной безопасности*. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://pycode.ru/2014/03/faktor-entropii-v-razvitii-cheloveka-i-obshhestva/>
- Koselleck, R. 1979: Über die Verfügbarkeit der Geschichte. In: *Vergangene Zukunft: zur Semantik geschichtlicher Zeiten* 3. Aufl. Frankfurt am Main, Suhrkamp, 260–277.
- Meyssan, T. 2007: *L'effroyable imposture* Kn. 2: *Manipulations et désinformations*, Éditions Alphée – Jean-Paul Bertrand. Paris.

REFERENCES

- Docenko, E. 1997: *Psihologija manipulacij*, http://sbiblio.com/biblio/archive/docenko_psi/01.aspx.
- Fedorov, D. 2014: *Faktor jentropii v razvitii cheloveka i obshhestva. Gumanitarnye aspekty informacionnoj bezopasnosti*, <http://pycode.ru/2014/03/faktor-entropii-v-razvitii-cheloveka-i-obshhestva>.
- Kara-Murza, S.G. 2004: *Manipuljacija soznaniem*, <http://www.kara-murza.ru/manipul.htm>.
- Karaulov, Ju.N., Cherkasova, G.A., Ufimceva, N.V., Sorokin, Ju.A., Tarasov, E.F. 2002: *Russkij asociativnyj slovar'*: v 2 t. T. 1. Moscow.
- Koselleck, R. 1979: Über die Verfügbarkeit der Geschichte. In: *Vergangene Zukunft: zur Semantik geschichtlicher Zeiten* 3. Aufl. Frankfurt am Main, Suhrkamp, 260–277.
- Kozlova, O.N. 2010: *Manipuljacija soznaniem i sub#ektnost' v HHI veke*. *Vestnik RGGU* 3, 113-130, <http://cyberleninka.ru/article/n/manipulyatsiya-soznaniem-i-subektnost-v-hhi-veke#ixzz43ACGgkJ9>
- Meyssan, T. 2007: *L'effroyable imposture* Kn. 2: *Manipulations et désinformations*, Éditions Alphée – Jean-Paul Bertrand. Paris.
- Ozhegov, S.I., Shvedova, N. Ju. 1999: *Tolkovyj slovar' russkogo jazyka*. Moscow.
- Stepanov, Ju. 2001: *Konstanty: Slovar' russkoj kul'tury*. Moscow.
- Zamyatin, E. 1989: *Izbrannoe*. Moscow.

«BEFORE YOU USE A WEAPON, WE WILL APPLY THE WORD».
TEXT MARKERS FOR UNLIMITED LIE AND FOR LITTLE TRUTH
IN THE STATE NEWSPAPER
(through the pages of E. Zamyatin's novel "We")

Svetlana L. Andreeva

Nosov Magnitogorsk State Technical University, Russia,
216zamsv@mail.ru

Abstract. The article deals with the problem of manipulations with public consciousness in

the state newspapers. The article also has its aim to help the readers develop critical thinking and skills of recognition of truth and falsehood propaganda texts.

A stylized fragment of newspaper text from Zamyatin's novel "We" served as research material. Dystopias are valuable because they are indicators of the stereotypes of mass consciousness that are used by manipulators. Utopia is a ready-made coherent system of social stereotypes, so manipulators easily "juggle" even the most inoffensive utopian ideas. The main attraction of the Utopian constants is their strong link with the cultural and historical memory of the people and the unconditional positive evaluation, which blocks critical thinking. In the analyzed passage of the novel we present a typical model of the newspaper manipulation.

The article analyzes the technology of public opinion manipulation using speech patterns that make mechanisms of manipulation invisible - blocking of critical thinking (flattery, intimidation), deformation of the original image, formation of the key manipulating illusions, setting the desired target. The manipulation technology unfolds hidden in the subtext, which uses speech patterns: patterns of the sentence actual division; incongruous combination of connotative words; use of words with weak or no substantive value; formation of the desired background using associative allusions, partially distorting the meaning of the ancient texts; transformation of syntactic phraseological units, substitution of notions, repetitions, etc.

The propaganda character of the text in the state newspaper is understood by the repetition of elements of the text, their strict sequence verified by laconic forms and the lack of "lyrical digressions". Honed propaganda texts are the result of the action of a typical mechanism of manipulations with public consciousness.

Key words: technology manipulation, social consciousness, newspaper text, dystopia "We", E.I. Zamyatin, speech stereotypes



ЧИНОВНИКИ В ЛОЗУНГАХ И ЛОЗУНГИ ЧИНОВНИКОВ

С.А. Анохина

*Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова,
Магнитогорск,
asa.06@inbox.ru*

Аннотация. В статье рассмотрены характерные черты современного российского чиновника, отраженные в лозунгах, которые были продемонстрированы в ходе различных общественных акций; а также призывы к общественности, сформулированные самими чиновниками или кандидатами на различные посты. Источником материала исследования послужили различные интернет-ресурсы.

Проведенный анализ показал, что авторы большинства лозунгов о чиновниках призывают бороться с диспропорцией доходов бюрократов и других социальных групп, искоренить коррупцию и взяточничество, пробудить у чиновников совесть. При этом сопоставление исследуемых лозунгов с русскими пословицами, крылатыми единицами, ассоциативными реакциями, связанными с российским чиновником как прошлого, так и настоящего, наводит на мысль о чрезвычайно малой вероятности изменения чего-либо в данной сфере.

Интересный материал для воссоздания образа чиновника в русской языковой картине мира дает сопоставление лозунгов против чиновников и их деятельности (или бездействия) и лозунгов самих чиновников. По мнению чиновников, их доходы не слишком велики, в отличие от профессиональных обязанностей. Авторы лозунгов против чиновников с этим категорически не согласны. Призывы кандидатов на различные посты, как правило, абстрактны, а избиратели хотят решения конкретных проблем, которые, к сожалению, в большинстве своем относятся к разряду вечных.

Проанализированные лозунги, авторы которых выступают против сложившейся ситуации, отражают общественную оценку как деятельности чиновников, так и самих чиновников и могут быть использованы для воссоздания соответствующего фрагмента языковой картины мира носителей современного русского языка.

Ключевые слова: лозунг, чиновник, языковая картина мира, противостояние общества и чиновников

Введение

В русской языковой картине мира и в общественной жизни современной России чиновники прочно занимают одно из лидирующих мест по негативной оценке, при этом нельзя не отметить, что статус чиновника является для многих же-

Анохина Светлана Анатольевна — кандидат филологических наук, доцент кафедры документоведения и архивоведения Магнитогорского государственного технического университета им. Г.И. Носова. E-mail: asa.06@inbox.ru

ланным. Чиновников винят во множестве бед современного общества, в них видят воплощение целого комплекса отрицательных качеств, осуждаемых российским обществом. Это реализуется с помощью различных средств (пословиц, крылатых единиц, ассоциативных реакций¹). Лозунги отчасти подкрепляют представления, выраженные другими единицами, отчасти вносят свои яркие штрихи в образ чиновника.

Безусловно, нельзя утверждать, что негативное отношение к чиновникам – реалия лишь современной жизни. Оно было всегда, о чем сохранились многочисленные свидетельства в русской языковой картине мира².

Данная статья посвящена образу современного российского чиновника, представленного сквозь призму лозунгов, запечатленных на фотографиях с различных общественных акций. Фотографии опубликованы на открытых сайтах и доступны к просмотру посредством любой поисковой интернет-системы при запросе «чиновник лозунг». Помимо реконструкции образа чиновника через лозунги, мы ставим задачу сопоставить этот образ с «автопортретом» чиновника, который формируется лозунгами, выдвигаемыми самими чиновниками, и продемонстрировать противостояние чиновников и «нечиновников», утвердившееся в российском обществе.

В качестве материала для реконструкции образа чиновника были выбраны лозунги, в состав которых входят слова *чиновник, бюрократ, власть*.

Значительная часть отмеченных нами лозунгов посвящена зарплатам чиновников и «других категорий граждан»: *Меняемся зарплатой с чиновниками! Чиновникам зарплату медсестер! Зарплата врача в 10–15 тысяч – позор чиновникам! Зарплату чиновника – учителю!* Диспропорция между доходами слуг народа и самого народа не может не вызывать справедливого негодования последнего. Особую остроту данные лозунги приобретают на фоне призывов самих чиновников сокращать расходы, но почему-то исключительно за счет нужд народа. Сами же чиновники либо не видят в этом проблемы, либо предпочитают о ней не говорить, а если и говорят, то видят благосостояние бюрократов в совершенно ином свете. Показательно в этом отношении высказывание В.Ю. Суркова, занимавшего на момент интервью (октябрь 2012 г.) пост заместителя Председателя Правительства Российской Федерации: «По поводу задач: надо осторожнее быть с сокращениями. И надо зарплату повышать госаппарату, мы будем это делать обязательно <...> Если это не сделаем в ближайшее время, то станем абсолютно неконкурентоспособными. Сейчас уже трудно найти хорошего специалиста <...> Анализ показал, что надо прежде всего простимулировать среднее звено управления. На нем, поверьте, все держится. Бюрократы среднего звена – они не так много получают, работают очень много, все мы на них ездим. Вся рутинная и содержательная работа – на них, потому что все предложения готовят тоже они, а не какие-то светочи, которые сидят в высоких кабинетах. При этом они не имеют, мягко говоря, нелегальных рент, которые имеют некоторые вышестоящие чиновники, потому что им не за что давать, они ничего не решают, только пашут [вот они, современные Акакии Акакиевичи³ – С.А.]. И это звено – заместители начальников департамен-

¹ Анохина 2014.

² Анохина 2014, 101.

³ Анохина 2015.

тов, начальники отделов, референты... Этот костяк нужно непременно укрепить и помочь им»⁴.

Подобным образом сформулированный призыв чиновника высшего ранга поддержать «бюрократов среднего звена», на наш взгляд, свидетельствует о том, что в современной чиновничьей среде взяточничество воспринимается практически как обыденность, а этические (и нормативно-правовые) представления о взятке перевернуты с ног на голову: наличие «нелегальных рент» позиционировано как норма, а отсутствие взяток объясняется не честностью и законопослушностью чиновников, а тем, что «им не за что давать».

Взяточничество и коррупция – неотъемлемые атрибуты образа чиновника в русской языковой картине мира. Лозунги, с которыми люди выходят на различные общественные акции, подтверждают это: *Долой коррумпированных чиновников!!! Не бери взятки ни за какие деньги! Долой чиновников, грабящих народ!* И здесь мы видим созвучность пословицам о чиновниках прошлых эпох⁵. Справедливости ради следует отметить, что подобное положение вещей сформировалось в далеком прошлом и тогда было отчасти оправданным. «В России корни взяточничества уходят к истокам государственности и на ранней стадии ее развития смыкаются с другим, не менее характерным для русской жизни явлением, – «кормлением» администрации за счет посадского и уездного населения <...> В таких условиях грань между законными требованиями и злоупотреблениями администрации была трудноуловимой и очень зыбкой.



Рис. 1. Не будь обезьяной!!! Откажись от взятки

В московских приказах, несмотря на выплату казенного жалованья большей части служащим, «кормление от дел» было важным и вполне легальным источником доходов, в три и более раз превышавшим денежные оклады. В представлении людей XVII в. существовало четкое деление доходов «от дел» на законные и не-

⁴ Сурков 2012.

⁵ Анохина 2014, 101.

законные, хотя с позиций правовых норм более позднего времени отличия между так называемыми «почестями», «поминками» и «посулами» были едва различимы. Из «корыстных» доходов правительство признавало законными денежные и натуральные приношения должностным лицам до начала дела («почести») и приношения после окончания дела («поминки»), но преследовало «посулы» (собственно взятки), которые расценивались как вымогательство и «скверные прибыли». Посулы, непосредственно связанные с нарушением закона, были крупнее почестей и поминок и достигали 100 и более рублей, поэтому их получение сурово преследовалось правительством и каралось кнутом невзирая на социальный статус взяточника»⁶.

Как бы мы их ни называли: «нелегальные ренты», «почести», «поминки», «посулы» – взятки остаются взятками, и можно только сожалеть, что из узуса исчезло сочетание «скверные прибыли».

Нельзя не отметить тот факт, что тесная связь между чиновником и коррупцией наблюдается не только в русской языковой картине мира: “Korupcia udivuje pozorovateľov svojou univerzalitou. Z pohľadu jednotlivca je táto vlastnosť korupcie vyjadrená spojením: „Každý je podplatiteľný, záleží len na výške ponúkanej čiastky!“ Myslí sa tým, že korupčný potenciál vlastne drieme v každom z nás, že pred korupciou nie je úniku a nikto sa pred ňou nemôže cítiť úplne bezpečný. Korupcia akoby bola všemocná. Úplatok je často považovaný za ten správny kľúč, ktorý dokáže otvoriť každé dvere. Z hľadiska spoločnosti sa univerzalita korupcie prejavuje jej všadeprítomnosťou. Vyskytuje sa na všetkých kontinentoch, vo všetkých typoch štátnych útvarov a politických zriadení, vo všetkých sférach štátnej správy a vo všetkých historických obdobiach vývoja ľudskej civilizácie”⁷.

Немало лозунгов посвящено негативной оценке морального облика чиновников: они равнодушны, бессовестны: *Долой равнодушие чиновников! Чиновники, не стыдно набирать 03?! Чиновникам – прививку совести! Беспредельщиков от власти к ответу!* Конечно, нельзя подобные характеристики огульно приписывать всем чиновникам. Среди них, безусловно, есть, как отмечает В.Ю. Сурков, «умные, высокого качества люди»⁸, но им не посвящают лозунгов. В лозунгах участников общественных акций выражен протест против тех явлений, с которыми общество не желает мириться.

Отмеченный нами на одной из фотографий лозунг *Ад опустел! Все демоны ушли во власть России!!!* перекликается с русскими пословицами, сформировавшимися в далекой древности: *Приказный черту брат; Козел да приказный – бесова родня; Подьячим и на том свете хорошо: умрет, прямо в дьяволы*⁹. Это созвучие современного лозунга и пословиц не может не наводить на пессимистичные рассуждения о перспективах развития взаимоотношений общества и чиновников: противостояние было всегда и, скорее всего, неистребимо.

Особый штрих в картину взаимоотношений общества и чиновников вносят лозунги, отражающие желание авторов поменяться с чиновниками, причем не столько взять себе что-то чиновничье (за исключением уже упоминавшейся зар-

⁶ Писарькова 2004.

⁷ Čižmárik 2005.

⁸ Сурков 2012.

⁹ Анохина, Кожушкова, Прокофьева 2014, 51.

платы), сколько отдать чиновникам свое: Квартиры – собственникам, фекалии в подвалах – чиновникам! Врачей – в санитары? Чиновников – в дворники! Власти, запретите что-нибудь себе! Требуем сокращать чиновников, а не рабочих! Подобные призывы спровоцированы бездействием или (что, возможно, еще хуже) действиями чиновников.

Интересный эксперимент провел журнал «Русский репортер»: жителям нескольких городов предложили выдвинуть собственные предвыборные лозунги, как если бы на выборы шли они сами. «Лозунги кандидатов и лозунги избирателей, как выяснилось, совершенно не совпадают. Первые продвигают себя лично, абстрактные идеи, красивые слова. Избиратели, как правило, предельно конкретны, их нужды, идеи и, соответственно, лозунги практичны и жизненны»¹⁰. Авторы статьи приводят следующие примеры лозунгов кандидатов на различные посты: *Воронеж требует перемен; Созидание и социальная ответственность; Гордиться прошлым – строить будущее; Работать честно; Жить по совести! Честный. Надежный. Проверенный; Строим будущее вместе, Томску умную власть.* Очевидно, что все эти призывы обладают «вечной ценностью»: если не обращать внимания на названия городов, звучащие в отдельных лозунгах, все эти призывы абсолютно универсальны и вечны и, соответственно, воспринимаются как общие фразы, а не как конкретные обещания.

Заключение

При изучении лозунгов, звучащих со стороны чиновников (или кандидатов в чиновники) и тех, кто выступает против них, невольно складывается впечатление, что эти общественные силы говорят на разных языках. И тем важнее анализ лозунгов, в которых концентрируются ключевые идеи обеих сторон общественного противостояния, ведь, как справедливо заметила Н. Демьянова, „cez poznanie kultúry nositeľov jazyka a analýzou dynamických procesov spoločensko-politickej sféry sa iní nositelia jazyka a reprezentanti kultúry pokúšajú o „približenie sa“, adekvátnu interpretáciu či pochopenie diani, ktoré sú pre daný diskurz nevyhnutné“¹¹.

Лозунги, предложенные избирателями, более конкретны, но их темы не менее «вечны». Среди них есть призывы решить проблему дорог: *Не дадим дуракам ремонтировать дороги!; По новым дорогам в новое будущее; Отремонтируем все дороги; Парковки – только в законных местах;* отрегулировать «квартирный вопрос»: *Мы против поборов за капитальный ремонт; Бесплатное жилье молодым семьям; Чистая совесть – чистый город!;* устранить уже упоминавшийся выше дисбаланс в благосостоянии чиновников и «нечиновников»: *Добавить зарплату и пенсии!; Уважение и социальная поддержка учителям и врачам!;* избавиться от засилья чиновников: *Чиновников поменьше; Избавимся от коррупции – избавимся от проблем.*

Чиновники, безусловно, не остаются безучастными свидетелями общественной активности, направленной против них: «Я вообще, пользуясь случаем, хочу сделать заявление в защиту бюрократов. Такое ощущение, что скоро клеймо будут ставить на лоб: «чиновник». Так нельзя, это стыдно! Чиновники – это люди,

¹⁰ Тюрина, Злобин, Ламова, Гречанникова 2015.

¹¹ Demjanova 2009, 348.

работающие много, выполняющие сложную работу. Можно что угодно там говорить: коррупция, взятки. Но это оскорбляет целый класс очень умных, высокого качества людей. Да, всякое есть, но мне кажется: надо прекратить этот постоянный террор со стороны праздных болтунов, присвоивших себе право говорить от имени общества. Надо прекратить создавать условия, в которых чиновники существуют как отдельная презируемая каста. Тем самым мы не приближаем бюрократию к другим социальным группам, а удаляем, создавая для чиновников особый режим бессмысленных ограничений. Нельзя превращать государственных людей в лишенцев каких-то»¹². Не претендуя на роль «праздного болтуна, присвоившего себе право говорить от имени общества», не можем не отметить, что противостояние чиновников и «нечиновников» в российском обществе существует и лозунги, звучащие с обеих сторон, отражают накал противоречий, которые не решаются из года в год, из века в век.

ЛИТЕРАТУРА

- Анохина, С.А. 2014: Чиновник в русской языковой картине мира по данным словарей. *Проблемы истории, филологии, культуры* 3 (45), 100–102.
- Анохина, С.А., Кожушкова, Н.В., Прокофьева, А.В. 2014: Отражение деловой сферы в русских пословицах и поговорках. *Вестник Новгородского государственного университета им. Ярослава Мудрого* 77, 50–52.
- Анохина, С.А. 2015: Акакий Акакиевич Башмачкин как номинация чиновника (к вопросу об актуальности крылатой единицы). В сб.: *На крыльях слова*. Магнитогорск, 27–33.
- Писарькова, Л. 2004: *Чиновник на службе в конце XVII – середине XIX века*. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.strana-oz.ru/2004/2/chinovnik-na-sluzhbe-v-konce-xvii-----seredine-xix-veka>.
- Сурков, В.Ю. 2012: *По политическим взглядам я русский*. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.vedomosti.ru/newspaper/articles/2012/10/23/po_politicheskim_vzglyadam_ya_russkij_vladislav_surkov.
- Тюрина, Е., Злобин, С., Ламова, Е., Гречанникова, Д. 2015: *Лозунги, которые мы выбираем*. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.rusrep.ru/article/2015/09/23/lozungi-kotoryie-myi-vyibiraem/>.
- Čižmárik, M. 2005: *Imidž vybraných úradov štátnej správy*. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.saske.sk/cas/archiv/1–2005/index.html>
- Demjanova, N. 2009: Politický diskurz prezidenckých volieb In: J. Sipko (red.), *Hľadanie ekvivalentnosti IV*. Prešov. 348–355.

REFERENCES

- Anohina, S.A. 2014: Chinovnik v ruskoj jazykovej kartine mira po dannym slovarej. *Problemy istorii, filologii, kul'tury* 3 (45), 100–102.
- Anohina, S.A. 2015: Akakij Akakievich Bashmachkin kak nominacija chinovnika (k voprosu ob aktual'nosti krylatoj edinicy). In: *Na kryl'jah slova*. Magnitogorsk, 27–33.
- Anohina, S.A., Kozhushkova, N.V., Prokof'eva, A.V. 2014: Otrazhenie delovoj sfery v russkih poslovicah i pogovorkah. *Vestnik Novgorodskogo gosudarstvennogo universiteta im. Jaroslava Mudrogo* 77, 50–52.

¹² Сурков 2012.

- Čižmárik, M. 2005: *Imidž vybraných úradov štátnej správy*. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.saske.sk/cas/archiv/1-2005/index.html>
- Demjanova, N. 2009: Politický diskurz prezidenckých volieb In: J. Sipko (red.), *Hľadanie ekvivalentností IV*. Prešov. 348–355.
- Pisar'kova, L. 2004: Chinovník na službě v konce XVII – seredine XIX veka, <http://www.strana-oz.ru/2004/2/chinovnik-na-sluzhbe-v-konce-xvii----seredine-xix-veka>.
- Surkov, V.Ju. 2012: *Po politicheskim vzglyadam ja russkij*, http://www.vedomosti.ru/newspaper/articles/2012/10/23/po_politicheskim_vzglyadam_ya_russkij_vladislav_surkov.
- Tjurina, E., Zlobin, S., Lamova, E., Grechannikova, D. 2015: *Lozungi, kotorye my vybiraem*, <http://www.rusrep.ru/article/2015/09/23/lozungi-kotoryie-myi-vybiraem>.

OFFICIALS IN THE SLOGANS AND THE SLOGANS OF THE OFFICIALS

Svetlana A. Anokhina

*Nosov Magnitogorsk State Technical University, Russia,
asa.06@inbox.ru*

Abstract. The article considers the characteristic features of the modern Russian official, as reflected in the slogans that were demonstrated during various social actions; as well as appeals to the public, formulated by the officials or candidates for various posts. Source of research is based on various Internet resources.

The carried-out analysis has shown that authors of the majority of slogans about officials urge to fight against a disproportion of the income of bureaucrats and other social groups, to eradicate corruption and bribery, to awaken conscience in officials. At the same time comparison of the researched slogans to the Russian proverbs, winged units, associative reactions connected with the Russian official both the past, and the present suggests an idea of extremely small probability of change something in this sphere.

Interesting material to recreate the image of officials in the Russian language picture of the world gives a comparison of the slogans against the officials and their activities (or inactivity) and the slogans of the officials themselves. According to officials, their income is not too high, in contrast to professional duties. The authors of the slogans against the officials disagree. Appeals candidates for various posts, usually abstract, but voters want solutions to specific problems, which, unfortunately, most of them from the category of eternal.

Analyzed slogans, which the authors oppose the existing situation, constitute a public assessment of the activities of the officials and the officials themselves and can be used to recreate the corresponding fragment of the language picture of the world media, the modern Russian language.

Key words: slogan, the official language picture of the world, the confrontation between public and officials



ЛЕКСЕМА – ФРАЗЕОЛОГИЗМ – ПОСЛОВИЦА /
ПОГОВОРКА – АФОРИЗМЫ / КРЫЛАТЫЕ СЛОВА – ЛОЗУНГ:
ВСЕ ТОЛЬКО О ПРАВДЕ

Л.К. Байрамова

*Казанский федеральный университет, Казань,
luiziana08@mail.ru*

Аннотация. Семантизируя правду фразеологическими единицами, отметим, что лексема правда как компонент фразеологизма может быть представлена (по нашим данным) в 65 фразеологизмах. Пословицы / поговорки с компонентом правда раскрывают следующие семантические константы: Бог любит правду. Будь правдив. Правда – это талант, красота. Правда дороже всего на свете. Нужно помнить о правде. Правду не утаить: рано или поздно она откроется. В суде должна быть правда. Правда не всегда приятна. Правдой жить не выгодно. Правду добыть очень трудно. Правда лучше счастья. Счастье лучше правды. Правда проста. Нечестный человек не найдет правды. Правды на свете нет. Крылатые слова о правде отражают взгляд на актуальные проблемы в жизни русского человека: жажда правды, чаяния русского народа; талант русского человека; разочарование в справедливости. В статье анализируются и лозунги, связанные с правдой. Один из них, получивший всенародную известность: «Наше дело правое – мы победим!», который вошел в геральдику в виде: «Наше дело правое – мы победили!» Он высечен на лицевой стороне медали «За победу над Германией в Великой Отечественной войне 1941–1945 гг.». В статье раскрывается история георгиевской ленточки, которой украшена эта медаль. Итак, правда, являясь одной из главных конвенциональных нравственно-этических ценностей, получила жанрово-многообразное отражение в языке (на уровне лексики, фразеологии, пословиц / поговорок, афоризмов, крылатых слов, лозунгов, геральдики). Жить по правде, поступать по правде, отстаивать правду и ценить ее, бороться за правое дело – жизненное кредо Человека.

Ключевые слова: правда, правое дело, ценность, константы, пословица, поговорка, афоризм, лозунг, медаль

Введение

Категория *Правда*, репрезентируя конвенциональную нравственно-этическую ценность, имеет следующие лингвистические дефиниции лексемы *правда*: 1. То, что существует в действительности, соответствует реальному положению вещей. 2. Справедливость, честность, правое дело. 3. То же, что правота (*разг.*). Лексема *правый* дефинируется в словарях как: 1. Справедливый, содержащий правду (в 1-м значении). *Наше дело правое*. 2. Невиновный; не нарушавший

Байрамова Луиза Каримовна – доктор филологических наук, профессор кафедры русского языка и прикладной лингвистики Казанского федерального университета. E-mail: luiziana08@mail.ru

каких-н. норм, закона. 3. *кратк. ф.* Не сделавший ошибки, правильно думающий, говорящий, поступающий. *Вы совершенно правы. Право слово (прост.)* – правда, честное слово¹. Или же: *правый* – 1. Поступающий по правде, ни в чем не виноватый. 2. (*только кратк. форма*) Говорящий, думающий что-н. или поступающий правильно, верно, не совершивший ошибки, на стороне которого правота, правда. 3. Справедливый, содержащий в себе правду (*стоять за правое дело*)².

Семантизируя *правду* в целом 224 фразеологическими единицами, отметим, что лексема *правда* как компонент фразеологизма может быть представлена (по нашим данным) в 65 фразеологизмах: *голая правда, горькая правда, сущая правда, неприкрашенная правда, подлинная правда, подноготная правда, служить верой и правдой, смотреть в глаза / в лицо правде* и др. Лексема *правый* является компонентом лишь нескольких фразеологизмов: *правое дело, стоять за правое дело; поставить на правый путь* (*Чтоб ту силу свободную, гордую, что в мою заложила ту грудь, укрепила ты волею твердою и на правый поставила путь. Н.А. Некрасов*)³; *прав душою* (*устар.*) – о честном, справедливом человеке. В своем стихотворении «К самому себе» А.М. Нахимов дополняет данный фразеологизм еще и семой ‘бесстрашный’: *Хотя бы землю с твердью всею / Грозил бездна проглотить, / Но мужа, правого душою, / Никто не может утратить*⁴.

Пословицы / поговорки с компонентом *правда* раскрывают следующие семантические константы:

Бог любит правду (*Не в силе Бог, а в правде. Правда груба, да Богу любя. Тому Бог дает, кто правдой живет*). Будь правдив (*Доброе дело – правду говорить смело. Хлеб-соль ешь, а правду режь*). Правда – это талант, красота (*Простота, чистота, правота – наилучшая лепота*). Правда дороже всего на свете (*Дороги твои сорок соболей, а на правду и цены нет. Правда выше солнца. Правда дороже золота*). Нужно помнить о правде (*Дело знай, а правду помни*). Правду не утаить: рано или поздно она откроется (*Бог правду видит, да не скоро скажет. Завали правду золотом, затопчи ее в грязь – все наружу выйдет. Правда выйдет наружу. Правда – елей, везде наверх всплывает. Правда – что шило: в мешке не утаишь*). (Аллюзия на более известную поговорку: *Шила в мешке не утаишь*). В суде должна быть правда (*Правда суда не боится*).

Правда не всегда приятна (*Правда глаза колет. Правду говорить – никому не угодить. Правду говорить – себе досадить*). Правдой жить не выгодно (*Говорить правду – терять дружбу. Правдой жить – ничего не нажить / палат каменных не нажить. Правдою не обуешься / не оденешься. Правдою сыт не будешь*). Правду добыть очень трудно (*Ищи ветра в поле, а правду на дне морском*). Правду надо защищать (*Кто за правду горой, тот истинный герой. За правду-матку и умереть сладко*). Правду нельзя уничтожить – она будет существовать всегда (*Все минется, одна правда останется. Правда есть, так правда и будет*).

Правда всемогуща (*Одно слово правды весь мир перетянет. Правда в огне не горит и в воде не тонет. Правда всегда берет верх. Правда из воды, из огня спасает*). Правда лучше счастья (*Счастье хорошо, а правда лучше*). Счастье лучше

¹ Ожегов, Шведова 2007, 576–577.

² Ушаков 1939, 697–698.

³ Ушаков 1939, 697–698.

⁴ Михельсон 1894, 158.

правды (*Правда хорошо, а счастье лучше*). Правда проста (*Прост как правда*). Нечестный человек не найдет правды (*Не ищи правды в других, коли ее в тебе нет*). Но всегда может наступить *момент истины* – критический или решающий момент, во время которого что-л. подвергается испытанию на истинность. Фразеологизм *момент истины* является калькой исп. *el momento de la verdad* (пик во времени, когда матадор убивает быка), что отмечается и в английском словаре идиом, где указывается, что оборот *take the bull by the horns* (брать быка за рога) связан с корридой: “In bullfighting, the matador sometimes grasps the bull’s horns before killing it”⁵: ‘в корриде матадор иногда хватает быка за рога перед тем как убить его’; и в американском словаре раскрывается связь этого выражения с испанским фразеологизмом *tomar el toro por los cuernos*⁶ – *брать быка за рога*. И хотя выражение *el momento de la verdad* впервые использовал Э. Хемингуэй в романе “Death in the Afternoon”⁷, в русском языке фразеологизм *момент истины* стал популярным после выхода в свет романа В. Богомолова «Момент истины» (1981)⁸ о работе советской разведки в годы Великой Отечественной войны (в произведении автор 5 раз использовал фразеологизм *момент истины*), раскрывая ум, талант советских разведчиков).

Пословицы и поговорки с компонентом *правый* также могут обозначать ‘правду’: *Дело право, только гляди прямо!*⁹ *За правое дело стой смело!*¹⁰.

Крылатые слова / афоризмы о правде отражают взгляд на актуальные проблемы в жизни русского человека, связанные с правдой: жажда правды, чаяния русского народа (*Основная болезнь народная – жажда правды, но не утоленная*. Ф.М. Достоевский); талант русского человека (*В правде – сила таланта*. Н.Г. Чернышевский); разочарование в справедливости (*Нет правды на земле, но правды нет и выше*. А.С. Пушкин. «Моцарт и Сальери»).

Что касается лозунгов, под которыми понимается «призыв, выражающий в краткой форме руководящую идею, задачу, требование»¹¹, то анализ лозунга о правде показал, что некоторые пословицы о правде могут переходить в разряд лозунгов, то есть звучать как призыв защищать правду: *За правое дело стой смело*. В составе лозунгов могут быть и фразеологизмы, что позволяет усиливать образность и эффективность лозунга. Такова, например, роль фразеологизма *правое дело* в составе данного предложения-лозунга: «*Наше дело правое – победа будет за нами!*»¹², которое вписывается в контекст с лозунгами о своем Отечестве, имеющими структуру побудительных предложений: «... *Великая освободительная миссия выпала на вашу долю. Будьте же достойными этой миссии! Война, которую вы ведете, есть война освободительная, война справедливая. Пусть вдохновляет вас в этой войне мужественный образ наших великих предков – Александра*

⁵ Collins 2005, 49.

⁶ Ammer 2003, 276.

⁷ Hemingway 1994, 59.

⁸ Богомолов 1981.

⁹ Даль 1996, 262.

¹⁰ Михельсон 1894, 158.

¹¹ Прохоров 1973, 616.

¹² Сталин 1947, 36.

*Невского, Дмитрия Донского, Кузьмы Минина, Дмитрия Пожарского, Александра Суворова, Михаила Кутузова!»*¹³

Лозунг *Наше дело правое – победа будет за нами!* стал всемирно известным: после окончания Великой Отечественной войны (1941–1945 гг.) была учреждена награда – медаль с надписью «*Наше дело правое – мы победили*». Колодка медали обрамлена георгиевской ленточкой, происхождение которой связано с именем Георгия Победоносца.

В христианской религии Георгий Победоносец – святой. Церковная легенда рассказывает о его казни (около 303)¹⁴: во время гонения на христиан его пытались истязаниями принудить «к отречению от веры и в конце концов отрубили ему голову. Это ставит Георгия в один ряд с другими христианскими мучениками из военного сословия <...> которые после превращения христианства в государственную религию стали <...> восприниматься как идеальные воины (хотя их подвиг связан с мужеством не на поле брани, а перед лицом палача)»¹⁵. В легенде, связанной с именем Георгия Победоносца рассказывается о его победе над драконом: возле некоего языческого города было болото, в котором поселился змей-людоед. Ему должны были выдавать на съедение юношей и девиц. Дошел черед и до дочери правителя города. Когда она в слезах и отчаянии ожидает гибели, Георгий, проезжающий мимо и направляющийся к воде, чтобы напоить коня, узнает о том, что происходит, сражает змея мечом и возвращает дочь отцу¹⁰.

Как указывают исследователи, тема драконоборчества ложится в основу многочисленных произведений искусства. С XIV в. изображение всадника на коне становится эмблемой Москвы (затем входит в герб г. Москвы, а позже – в состав государственного герба Российской империи). В 1769 году в России был учрежден военный орден св. великомученика и Победоносца Георгия, в 1913 году – военный Георгиевский крест¹⁶.

Заключение

Итак, правда, являясь одной из главных конвенциональных нравственно-этических ценностей, получила жанрово-многообразное отражение в языке (на уровне лексики, фразеологии, пословиц / поговорок, афоризмов / крылатых слов, лозунгов, геральдики). Жить по правде, поступать по правде, отстаивать правду и ценить ее, бороться за правое дело – жизненное кредо Человека.

ЛИТЕРАТУРА

- Даль, В. И. 1955: *Толковый словарь живого великорусского языка*. Т. 3. М.
 Даль, В.И. 1996: *Пословицы русского народа*. Т. 1. СПб.
 Михельсон, М.И. 1894: *Меткие и ходячие слова*. СПб.
 Ожегов, С.И., Шведова, Н.Ю. 2007: *Толковый словарь русского языка*. М.
 Прохоров, А.М. (гл. ред.) 1971: Георгий Победоносец. В кн.: *Большая советская энциклопедия*. Т. 6. М.

¹³ Сталин 1947, 39–40.

¹⁴ Прохоров 1971, 319.

¹⁵ Токарев 1987, 274.

¹⁶ Токарев 1987, 275.

- Прохоров, А.М. (гл. ред.) 1973: Лозунг. В кн.: *Большая советская энциклопедия*. Т. 14. М.
Сталин, И.В. 1947: 24-я годовщина Великой Октябрьской Социалистической революции.
В кн.: *О Великой Отечественной войне Советского Союза*. М.
Сталин, И.В. 1947: Речь на параде Красной Армии 7 ноября 1941 года на Красной площади
в Москве. В кн.: *О Великой Отечественной войне Советского Союза*. М.
Токарев, С.А. (гл. ред.) 1987: Георгий Победоносец. В кн.: *Мифы народов мира*. М.
Ушаков, Д.Н. (ред.) 1939: *Толковый словарь русского языка*. Т. 3. М.
Ammer, Ch. 2003: *American Heritage Dictionary of Idioms*. Boston–New York.
Collins, C. 2005: *Idioms Dictionary*. Birmingham.
Hemingway, E. 1994: *Death in the Afternoon*. London.

REFERENCES

- Ammer, Ch. 2003: *American Heritage Dictionary of Idioms*. Boston–New York.
Collins, C. 2005: *Idioms Dictionary*. Birmingham.
Dal', V. I. 1955: *Tolkovyj slovar' zhivogo velikorusskogo jazyka*. Т. 3. Moscow.
Dal', V.I. 1996: *Poslovicey russkogo naroda*. Т.1. Saint-Petersburg.
Hemingway, E. 1994: *Death in the Afternoon*. London.
Mihel'son, M.I. 1894: *Metkie i hodjachie slova*. Saint-Petersburg.
Ozhegov, S.I., Shvedova, N.Ju. 2007: *Tolkovyj slovar' russkogo jazyka*. Moscow.
Prohorov, A.M. (gl. red.) 1971: Georgij Pobedonosec. In: *Bol'shaja sovetskaja jenciklopedija*.
Т. 6. Moscow.
Prohorov, A.M. (gl. red.) 1973: *Lozung*. In: *Bol'shaja sovetskaja jenciklopedija*. Т. 14. Moscow.
Stalin, I.V. 1947: 24-ja godovshhina Velikoj Oktjabr'skoj Socialisticheskoy revoljucii. In: *O Velikoj Otechestvennoj vojne Sovetskogo Sojuza*. Moscow.
Stalin, I.V. 1947: Rech' na parade Krasnoj Armii 7 nojabrja 1941 goda na Krasnoj ploskhadi v
Moskve. In: *O Velikoj Otechestvennoj vojne Sovetskogo Sojuza*. Moscow.
Tokarev, S.A. (gl. red.) 1987: Georgij Pobedonosec. In: *Mify narodov mira*. Moscow.
Ushakov, D.N. (red.) 1939: *Tolkovyj slovar' russkogo jazyka*. Т. 3. Moscow.

LEXEME – PHRASEOLOGISM – PROVERB / SAYINGS – APHORISM –
THE SLOGAN: EVERYTHING IS ONLY ABOUT THE TRUTH

Luiza K. Bayramova

Kazan Federal University, Russia,
luiziana08@mail.ru

Abstract. By summarizing the truth by the phraseological units, we underline that the lexeme truth as the component of phraseologism component might be involved (according to our data) in 65 phraseologisms. Proverbs / sayings with the component truth really disclose the following semantic constants: God loves the truth. Be truthful. The truth is the talent and beauty. The truth is the most valuable in the world. It must be remembered about the truth. The truth can not be hidden: sooner or later it will show up. The truth must be present in the court. The truth is not always pleasant. To stay with the truth is not easy. It's difficult to get the truth. The truth must be protected. The truth can not be destroyed. Truth is omnipotent. True happiness is better. Happiness is better than the truth. The truth is simple. Dishonest people will not find the truth. No truth in this world. The aphorisms about the truth reflect the view of the current problems

in the life of the Russian people about the truth: the need of truth, the aspirations of the Russian people; Russian human talent; disappointment in justice. The article analyzes and slogans related to the truth. One of them, received nationwide publicity: "Our cause is truthful - we will win!", Which came into heraldry as: "Our cause is truthful - we won!" It's shown on the front side of the medal "For the victory over Germany in the Great Patriotic War of 1941–1945". The article discloses the history of St. George ribbons on the medal board. It is proved that the truth is one of the main conventional moral and ethical values and is reflected in the Russian language at the level of vocabulary, phraseology, proverbs / sayings, aphorisms, slogans, heraldry. To live and act according to the truth, defend the truth and to appreciate it, to fight for a cause – all this is considered to be as a credo for Man.

Key words: truth, just cause, value, constants, proverb, saying, aphorism, slogan, medal



ПРОГРАММНЫЕ ЛОЗУНГИ СОЮЗА ЖЕНЩИН РОССИИ*

Д.В. Жигулина

Орловская гимназия № 39 им. Ф. Шиллера, Орел,
zhigulina1988@mail.ru

Аннотация. В данной статье рассматривается публицистический арсенал современной неправительственной общественной организации «Союз женщин России», созданной в ноябре 1990 г. в целях поддержки и укрепления семьи, ее ценностей, устоев, традиций и идеалов. Одним из источников лозунговых тем Союза женщин России послужили библейские тексты, демонстрирующие ценность и важность семьи и крепкого брака, а также публицистический арсенал движений женщин стран Западной Европы за равноправие середины XIX – начала XX в.

Проводимые Союзом женщин России под динамичными, живыми лозунгами, призывами и девизами многочисленные акции, краевые эстафеты, круглые столы, а также созданные им военно-политические клубы способствуют формированию у россиян представлений о семье как о некоей социальной единице, ячейке общества, нуждающейся в заботе, охране и укреплении как со стороны государства, так и со стороны самих членов семьи.

Приоритетной задачей внутренней политики Российской Федерации является сохранение традиционных ценностей семьи, повышение статуса семьи в обществе, усиление роли матери и отца, их ответственности и участия в жизни и судьбе своих детей. Забота государства о семье, ее материальном и духовно-нравственном самочувствии должна быть в центре внимания при проведении любой политики, даже той, которая не имеет прямой связи с семейными проблемами, но последствия которой могут негативно сказаться на положении личности, повлиять на стабильное положение семьи, а следовательно, на стабильное развитие страны в целом.

Ключевые слова: Союз женщин России, лозунг, девиз, призыв, Библия, семья, стабильность, государство

Введение

Семья является экономическим и социальным двигателем государства. «Существует много определений семьи. Каждое из них зависит от конкретных исторических, этнических и социально-экономических условий, а также от конкрет-

Жигулина Дарья Владимировна – кандидат филологических наук, учитель русского языка орловской гимназии № 39 им. Ф. Шиллера. E-mail: zhigulina1988@mail.ru

* Работа выполнена при поддержке Гранта РГНФ «Публицистический арсенал общественных движений в России и Германии. Вербальные средства преодоления конфликтов и достижения толерантности» (2015, № 15–24-06001a(м)).

ных целей исследования»¹. Семья в целом формирует будущее поколение; от уровня ее образованности, социального статуса и здоровья зависит полноценное развитие общества.

В целях обеспечения здоровья и благополучия современной российской семьи в ноябре 1990 г. была создана неправительственная общественная организация «Союз женщин России», куда на добровольной основе входят женские советы, союзы, ассоциации, комитеты и клубы, действующие в регионах России. Союз поддерживает связи с женскими неправительственными организациями более чем ста стран мира, а также сотрудничает со специализированными учреждениями ООН.

В центре внимания данной организации на протяжении всего ее существования остается забота об укреплении семьи, защита ее интересов, а также содействие повышению статуса женщин в обществе, усиление их роли в жизни страны. Для достижения поставленных задач Союз сотрудничает с государственными структурами, он представлен в Комиссии по делам женщин, семьи и демографии при Администрации Президента РФ, в Комиссии по делам женщин при Правительстве России. Свою деятельность Союз женщин России осуществляет под лозунгом *Наше богатство – в многообразии, наша сила – в единстве*².

Ведущими темами публицистического арсенала Союза являются установление здорового микроклимата в семье и защита прав женщин. Одним из источников лозунговых тем является Библия, в которой заложены идеи ценности крепкой, стабильной семьи, прочных брачных связей.

Институт брака, в основе которого лежит святость и нерушимость уз между мужем и женой, берет свое начало от Адама и Евы прародителей всего человечества: «И создал Господь Бог из ребра, взятого у человека, жену и привел ее к человеку. И сказал человек: вот, это кость от костей моих и плоть от плоти моей; она будет называться женою, ибо взята от мужа своего»³. Единая плоть – это не только телесная близость, но и духовное единение, слияние двух душ. После принятия христианства восточными славянами была воспринята эта установка, связанная с институтом брака и семьи.

Брачный союз и крепкая семья в целом на протяжении многих тысячелетий оставались фундаментальным институтом славянского общества, придававшим ему экономическую, социальную и духовную стабильность.

В. Легойда в статье «Что вместо семьи?» пишет: «Человеческая история говорит о том, что семейные связи по своей сути устойчивее дружеских уз, приятельства по работе или по интересам. Значение семьи настолько велико, что традиционно в категориях семейственных связей описывались очень многие – если не все – явления человеческой жизни»⁴. Действительно, семья – это основная духовная ценность, важное условие для самореализации личности. Однако в современной России, как отмечают социологи, роль семьи в обществе заметно уменьшается. В связи с этим актуальным остается вопрос сохранения семейных традиций и идеалов.

¹ Werneck, Werneck-Rohrer 2000, 9.

² О Союзе женщин России, http://wuor.ru/index.php?route=record/blog&blog_id=3_25.

³ Библия 2007, 8.

⁴ АиФ 50 (1727), 5.

Здоровая, крепкая, дружная, нравственно благополучная семья – высшая ценность и прочная основа здорового общества и безопасности государства. Этот тезис, провозглашаемый членами Союза женщин России, лег в основу программы, проводимой под лозунгом **Крепкая семья – стабильное государство**⁵. В его структуре можно выделить такие семантические доминанты, как ‘единство’, ‘сила’, ‘стабильность’, ‘семейные ценности’.

При поддержке Союза женщин России в республике Башкортостан был организован семинар, посвященный проблемам современной семьи: **Крепкая семья – стабильное государство**. Так назывался семинар-совещание Союза женщин Республики Башкортостан, проходивший в минувшую среду в нашем районе и городе, организованный по инициативе женсовета района⁶. Под эгидой Союза в Ярославле состоялся первый форум матерей под лозунгом **Крепкая семья – стабильное государство**, на который съехались активисты женского движения⁷.

Программа Союза нацелена на повышение ответственности государства и родителей за воспитание и благополучие младшего поколения; на пропаганду семейных ценностей, возвращение семье ее высокой социальной роли. В рамках данной программы Союз женщин России проводит многочисленные акции, направленные на формирование чувства патриотизма у младшего поколения, на усиление роли семьи в обществе, а также на укрепление семейных связей. Так, акция под лозунгом **Вместе мы сильнее**, в структуре которого выделяются семантические доминанты ‘единство’, ‘сила’, ‘стабильность’, имеет целью усиление работы по включению семей в процесс развития; привитие чувства собственного достоинства, возможности самореализации; развитие национального, духовного и культурного наследия народов России; формирование чувства уважения к историко-культурному наследию страны, к старшему поколению.

Воспитание достойного семьянина, продвижение ценностей семейного образа жизни – важнейшая задача современного общества. Для ее решения Союз женщин России организует акции под лозунгами **Ответственное родительство – основа стабильной России**, **Каждому ребенку – любящую семью** и акцию-призыв **Согрей теплом родительского сердца**. В их структуре можно выделить такие семантические доминанты, как ‘воспитание’, ‘любовь’, ‘забота’, ‘поддержка’, ‘ответственность’, ‘сила’, ‘стабильность’.

При содействии Союза женщин России в целях повышения правовой грамотности населения на административных сайтах его региональных отделений размещены статьи под заголовками **Каждому ребенку – любящую семью**⁸, **Любящую семью – каждому ребенку**⁹, в которых освещены вопросы передачи ребенка в приемную семью и условия его пребывания в семье.

При поддержке Союза в разных регионах России проходят акции и эстафеты, способствующие повышению престижа материнства и отцовства и признанию благородного труда родителей по рождению и воспитанию детей. Так, в Алтайском крае неоднократно проводилась эстафета родительско-

⁵ Программа Союза женщин России, <http://wuor.ru/docs/krepkaya-semya-stabilnoe-gosudarstvo.doc/>

⁶ Бикмухаметова 2016.

⁷ Копенкина 2008.

⁸ Каждому ребенку – любящую семью, <http://simf.rk.gov.ru/rus/index.htm/news/296254.htm>.

⁹ Любящую семью – каждому ребенку, <http://gov.cap.ru/info>.

*го подвига **Согрей теплом родительского сердца**: Учитель Мария Егорова из Алейского района – главная героиня рассказа о семье-участнице краевого этапа эстафеты родительского подвига. Работа, написанная дочерью и внуком заслуженного педагога, была принята на рассмотрение в краевом этапе эстафеты родительского подвига **Согрей теплом родительского сердца**¹⁰; в канун Нового года, 26 декабря, в Молодежном театре Алтай состоялась церемония награждения победителей краевой эстафеты родительского подвига **Согрей теплом родительского сердца**. Лауреатами конкурса стали 44 семьи¹¹. Проводя подобные акции и эстафеты, Союз женщин России способствует возвращению в общество ценности семьи.*

*«Благодаря отцовству возможен прогресс общества, потому что оно способствует формированию в семье прочных эмоциональных связей. На примере феномена отцовства можно сделать вывод о том, что чем гуманнее общество относится к наиболее слабым и уязвимым своим членам, тем более цивилизованным оно является»¹². Не случайно в рамках программы **Крепкая семья – стабильное государство**, нацеленной на укрепление семьи, Союз женщин России создает военно-политические клубы, где проводит круглые столы под девизом **Воспитаем мальчика, мужчину, отца, патриота**, в структуре которого можно выделить семантические доминанты ‘воспитание’, ‘патриотизм’, ‘ответственность’, ‘сила’, ‘поддержка’. Целью проведения таких круглых столов является организация совместного активного досуга отцов и детей для гармонизации их взаимоотношений.*

*Н.Ф. Маркова, одна из активисток женского движения, 27 лет возглавляет военно- патриотический клуб «Русские витязи», последние три года именуемый «Общественной академией патриотического воспитания юношества». И девиз этой школы точно такой же – **Воспитаем мальчика, мужчину, отца, патриота**¹³.*

*В центре внимания Союза женщин России также находится укрепление здоровья российских семей, о чем свидетельствует акция, проводимая под лозунгом **Здоровая семья – это здорово**. В его структуре присутствуют семантические доминанты ‘здоровье’, ‘развитие’, ‘сила’, ‘единство’. Цель этой акции – создание семейных сообществ родителей, объединенных стремлением растить физически и нравственно здоровых детей. Подобный социальный проект был реализован алтайской региональной организацией «Арктика» при поддержке Союза женщин России: *С 19 по 21 августа в рамках реализации социально-значимого проекта «Здоровая семья – это здорово!» ребята и их отцы в количестве 23 человек выехали в район водопада на реке Шубенка Бийского района, где разбили полевой лагерь и за три дня на природе хорошо отдохнули и поработали*¹⁴.*

¹⁰ Учитель Мария Егорова из Алейского района – главная героиня рассказа о семье-участнице краевого этапа эстафеты родительского подвига, http://altairegion22.ru/region_news/Uchitel-Mariya-Egorova-Iz-Aleiskogo-Raiona-Glavnaya-Geroinya-Rasskaza-O-Semeuchastnitse-Kraevogo-Etapa-Estafety-Roditel'skogo-Podviga.html

¹¹ Панфилова 2015.

¹² Mead 1988, 308.

¹³ Стенограмма форума отцов, http://www.wuor.ru/docs/vserossiyskiy_forum_otcov_17_0_2008.doc

¹⁴ Здоровая семья – это здорово!, <http://arktika-biysk.com/news/64-zdorovaya-semya-eto-zdorovo>

Часть лозунгового арсенала Союза связана с первым организованным выступлением женщин за свои права, состоявшимся 8 марта 1857 г. в Нью-Йорке. На II Международной конференции женщин-социалисток в Копенгагене в 1910 г. по предложению К. Цеткин было принято решение отмечать Международный женский день как день международной солидарности трудящихся женщин за равноправие. В России Международный женский день впервые был отмечен в 1913 г. С 1921 г. он стал праздноваться официально в масштабах страны, а в 1966 г. указом Президиума Верховного Совета СССР «в знак выдающихся заслуг советских женщин в коммунистическом строительстве и в защите Родины» этот день был объявлен нерабочим¹⁵.

Известно, что Конституция РФ закрепляет равные права мужчин и женщин. Однако почти половина россиян считают, что у мужчин больше возможностей реализовать свои права, чем у женщин, и только 35% уверены, что права тех и других равны¹⁶.

Деятельность Союза женщин России направлена на улучшение условий жизни женщин и их семей, на ликвидацию всех форм дискриминации в отношении женщин. Для достижения этой цели Союз реализует программу под девизом ***За гарантированное равенство прав и возможностей мужчин и женщин***. Союз женщин России полагает, что «все права человека – гражданские, культурные, экономические, политические и социальные, включая право на развитие, – являются всеобъемлющими, взаимосвязанными и имеют насущное значение для равенства полов, развития и мира в XXI в.». ¹⁷

Заключение

Проведение неправительственной общественной организацией «Союз женщин России» многочисленных социальных акций и программ под яркими, живыми лозунгами, привлекающими внимание общественности к проблемам современной семьи, – это большой шаг к пониманию того, что нормальное функционирование семьи, ее благосостояние и устойчивость влияют на стабильность государства в целом.

ЛИТЕРАТУРА

- Библия 2007: *Книги Священного Писания Ветхого и Нового Завета в русском переводе*. СПб.
- Бикмухаметова, Ф. 2016: *Крепкая семья – стабильное государство*. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://put-okt.com/melnews/1693-krepkaya-semya-stabilnoe-gosudarstvo.html>
- Копенкина, И. 2008: *Крепкая семья – стабильное государство*. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.goldring.su/news/show/88828/>
- Панфилова, Т. 2015: *Согрей теплом родительского сердца*. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://barnaul.monavista.ru/news/181605/>

¹⁵ Дорогие товарищи женщины / 8 марта в Советском Союзе, http://urokiistorii.ru/8_marta

¹⁶ Сергеева 2006, 119.

¹⁷ Программа Союза женщин России, <http://www.wuor.ru/docs/za-garantirovannoe-ravenstvo-prav-i-vozmozhnostej-muzhchin-i-zhenshchin.doc>

- Сергеева, А. 2006: *Русские: стереотипы поведения, традиции, ментальность*. М. Стенограмма форума отцов. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.wuor.ru/docs/vserosiyskiy_forum_otcov_17_0_2008.doc.
- Mead, M. 1988: *The culture and world of the childhood*. М.
- Werneck, H., Werneck-Rohrer, S. 2000: *Psychologie der Familie*. Wien.

REFERENCES

- Bikmuhametova, F. 2016: *Krepkaya sem'ja – stabil'noe gosudarstvo*, <http://put-okt.com/melnews/1693-krepkaya-semya-stabilnoe-gosudarstvo.html>
- Kopenkina, I. 2008: *Krepkaya sem'ja – stabil'noe gosudarstvo*, <http://www.goldring.su/news/show/88828/>
- Mead, M. 1988: *The culture and world of the childhood*. Moscow.
- Panfilova, T. 2015: *Sogrej teplo roditel'skogo serdca*, <http://barnaul.monavista.ru/news/181605/>
- Sergeeva, A. 2006: *Russkie: stereotipy povedenija, tradicii, mental'nost'*. Moscow. *Stenogramma foruma otcov*, http://www.wuor.ru/docs/vserosiyskiy_forum_otcov_17_0_2008.doc.
- Werneck, H., Werneck-Rohrer, S. 2000: *Psychologie der Familie*. Wien.

MAJOR SLOGANS OF THE WOMEN'S UNION OF RUSSIA

Darya V. Zhigulina

Orel gymnasium № 39 of them F. Schiller, Russia,
 zhigulina1988@mail.ru

Abstract. This article deals with the publicistic arsenal of the modern nongovernmental organization The Women's Union of Russia. The organization was established in November 1990 to support family values, traditions and principles. The Bible texts demonstrate traditional family values and promote strong family bonds, and some of the texts became the theme sources for the Union slogans. The Women's Union of Russia also uses the publicistic arsenal of the feminist movement of the middle of XIX century - the beginning of XX century in Western Europe. The organization organizes special campaigns, summits, regional relay races, round tables and also military-political clubs. All these things help to percept a family as a social unit that Russian people and the government should protect and care about. The main aim of Russian domestic politics is to save traditional family values, increase the social importance of a family, strengthen the parents' role in children's lives. The government should always pay attention to such social problems as material welfare of a family. It should care about spiritual and moral family health. A family should always be in the centre of political attention because it is very important for stable country development.

Key words: The Women's Union of Russia, slogan, motto, appeal, the Bible, family, sound development, the government



КРАСНОЕ ЗНАМЯ – НА КРЕМЛЬ!
(к особенностям агитационных текстов Коммунистической партии
Российской Федерации)*

А.А. Осипова

*Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова,
Магнитогорск,
osashenka@yandex.ru*

Аннотация. Статья посвящена анализу агитационных текстов Коммунистической партии Российской Федерации (КПРФ) – левой партии, имеющей богатую историю. В агитационном плане КПРФ находится в самом выгодном положении по сравнению с другими политическими объединениями, т.к. в борьбе за свои идеалы она активно использует весь советский лозунговый арсенал.

В статье рассматриваются лозунги, призывающие к борьбе. Противниками КПРФ считает действующее правительство, глав какого-либо министерства, а также губительные для России государственные системы. На протяжении столетия неизменными и, видимо, неистребимыми врагами коммунистов остаются фашизм, капитализм, либерализм и антисоветизм.

Образцами для подражания, неизменными лидерами для КПРФ являются В.И. Ленин и И.В. Сталин. Коммунисты призывают перенимать их опыт, при содействии КПРФ в отдельных городах устанавливаются памятники этим вождям. В советские лозунги теперь добавляется еще имя нынешнего лидера партии – Г.А. Зюганова, ср.: *Ленин! Сталин! Зюганов! Победа!*

Публицистическая активность – одно из важных направлений работы КПРФ. Конечно, не все агитационные «новинки» можно назвать оригинальными, хотя встречаются довольно интересные, возможно, они закрепятся в арсенале публицистических средств, ср.: *Мы готовы к ремонту страны!; 7 ноября, защищая прошлое – сражаемся за будущее!; Красная Москва – КПРФ; У КПРФ есть план, ресурс поменять бандитский курс!*

КПРФ сегодня – это действительно самая энергичная, инициативная в плане пропагандистской работы политическая партия России, которая стремится расширять свой арсенал, ищет и находит новые агитационные пути.

Ключевые слова: Коммунистическая партия Российской Федерации, лозунг, борьба, В.И. Ленин, И.В. Сталин, Г.А. Зюганов

Осипова Александра Анатольевна – кандидат филологических наук, старший научный сотрудник Научно-исследовательской словарной лаборатории Магнитогорского государственного технического университета им. Г.И. Носова. E-mail: osashenka@yandex.ru

* Работа выполнена при поддержке Гранта РГНФ «Публицистический арсенал общественных движений в России и Германии. Вербальные средства преодоления конфликтов и достижения толерантности» (2015, № 15-24-06001a(м)).

Введение

Коммунистическая партия Российской Федерации (КПРФ) – официально зарегистрированная левая политическая партия, позиционирующая себя как прямую продолжательницу дела РСДРП – РСДРП(б) – РКП(б) – ВКП(б) – КПСС и КП РСФСР. Эта партия имеет богатую историю, а потому в агитационном плане находится в самом выгодном положении по сравнению с другими политическими объединениями, т.к. в борьбе за свои идеалы она активно использует весь советский лозунговый арсенал. В публицистических текстах партии активно функционируют советские лозунги в их традиционном понимании: *Да здравствует дружба и братство между народами!*; *Да здравствует 1 Мая!*; *Пролетарии всех стран, соединяйтесь!*; *Наше дело правое, победа будет за нами!*; *Великому Октябрю – слава!*; *Вся власть Советам!* и др. Данные единицы были разносторонне исследованы лингвистами и представляют для нас меньший интерес. В данной статье будет положено начало описанию корпуса современных агитационных текстов, созданных идеологами КПРФ и отражающих реалии сегодняшней России.

Одними из наиболее актуальных всегда были лозунги, призывающие к борьбе с противником. Врагами молодого советского государства являлись фашизм, капитализм, контрреволюция, нэпманы, милитаризм, меньшевизм, духовенство, либерализм, буржуазия, иностранная агрессия, спекуляция и др. С кем и с чем борется КПРФ в современной России? Судя по разнообразию, частотности использования призывных текстов и их изощренности, одним из основных своих противников КПРФ считает действующее правительство, ср.: *Отправь правительство в отставку!*¹; *Патриотический фронт «Красная Москва – КПРФ» провёл свой флешмоб. В колонне шли «красные дворники». Они подметали улицы под лозунгом «Очистим власть – спасём Россию!»*²; *На демонстрацию барнаульские коммунисты вышли с лозунгами «Да здравствует 1 мая – День международной солидарности трудящихся!», «Нет росту цен и тарифов!», «Детям войны – достойную жизнь!», «Правительство олигархов – на свалку истории!»*³; *Надо очень серьёзно поднять на щит наш прежний лозунг: «Правительство Медведева, правительство «Единой России» – в отставку!»* <...> *мы продолжим сбор подписей по всей стране за отставку правительства единокороссов. Это основа основ нашей работы*⁴ и др.

Особую нелюбовь сторонники КПРФ испытывают к нынешнему Председателю Правительства РФ Д.А. Медведеву, ср.: *Участники акции согласились с Валерием Фёдоровичем [Рашкин – Заместитель Председателя ЦК КПРФ] и, стуча в кастрюли, которые принесли с собой, стали громко скандировать: «Медведев, уходи!»*⁵; *В следующую пятницу будет рассматриваться бюджет у нас в Государственной думе, и надо сказать, что мы продолжим сбор подписей по всей стране за отставку правительства единокороссов* <...> *мы сможем два, три, четыре раза обойти каждую квартиру, это будет действительный повод для разговора:*

¹ Коваленко, <http://kprf.ru/>; <https://www.opentown.org/news/20362/>

² Тхагушев, Брагин 2015.

³ Первомай шагает по стране, http://kprf-org.ru/archiv/vestnik253/vestnik234_2.html.

⁴ Из выступлений на семинаре. В.Н. Федоткин, http://kprf-org.ru/archiv/vestnik238/vestnik238_3.html.

⁵ Брагин 2014.

ЖКХ, здравоохранение, образование, **«Правительство Медведева в отставку!»**⁶. При том, что коммунисты постоянно подчеркивают, что их сотрудничество с правящей партией обязательно, некоторые их призывы отличаются исключительной грубостью,



ср.: Участники акции держали в руках транспаранты с лозунгами «Бездарное правительство в отставку!», «Украденное у народа вернём!», **«Димон, выйди вон!»**⁷; **Медведев, на выход!** (название видеоролика с докладом Г.А. Зюганова)⁸. В одном из интервью В.Ф. Рашкин так объясняет сложившуюся ситуацию: [журналист]: – Коммунисты уже не первый год добиваются отставки правительства Дмитрия Медведева. Но сегодня ваши лозунги отличаются такой резкостью и фамильярностью, после которой дальнейшее ваше сотрудничество с правительством представляется невозможным. Один призыв **«Димон, выйди вон»** чего стоит. [В.Ф. Рашкин]: – Мы с правительством сотрудничали, сотрудничаем и будем сотрудничать, потому что эта структура формируется согласно Конституции. [журналист]: – Но после такой риторики... [В.Ф. Рашкин]: – Риторика может быть разной, она накаляется в зависимости от социально-экономического положения страны, от того, как живёт народ⁹.

Видимо, в связи с возникшими проблемами, вызванными открытым употреблением оскорбительных лозунгов в рамках антиправительственной риторики, представители КПРФ прорабатывали методы создания текстов, содержащих резкую критику доминирующей партии при отсутствии достаточных поводов для обвинений в экстремизме. Так, член ЦК КПРФ, член ЦИК РФ, доктор юридических наук Е.И. Колюшин говорит: *Но поскольку других ограничений очень много, то, чтобы не нарываться на те запреты, которые существуют в законодательстве независимо от выборов, мне кажется, что нужно всё-таки не всегда напрямую воспроизводить митинговые лозунги в газетах. И вместо того, чтобы писать: «Единая Россия» – партия жуликов и воров!» (в этом случае могут обвинить в экстремизме, и это уже делается, есть судебные решения), можно написать, например: «Партия жуликов заменяет муниципальные выборы на воровские конкурсные комиссии» или, например, «Антинародная замена выборов главы города Н на конкурсную комиссию в интересах коррупционеров»*¹⁰.

Точечно в лозунгах фигурируют имена и других членов правительства – персонифицированных врагов, в основном, глав какого-либо министерства, ведущих, как считает КПРФ, нечестную политику, ср.: *Молодые ленинцы вышли на главную площадь города с яркими плакатами и острыми лозунгами: «Министра Лива-*

⁶ Из выступлений на семинаре. В.Ф. Рашкин, http://kprf-org.ru/archiv/vestnik238/vestnik238_3.html.

⁷ Брагин 2014.

⁸ Медведев, на выход!, <http://kprf.ru/dep/gosduma/statements/120453.html>.

⁹ Интервью В.Ф. Рашкина, <http://kprf.ru/dep/gosduma/activities/137861.html>.

¹⁰ Колюшин 2015.

нова в отставку!», «Образование – право, а не услуга!», «Не дадим разрушить школу», «Да здравствует советская система образования»¹¹; На пикет, несмотря на 20-тиградусный мороз, вышло более трёхсот дальнбойщиков с лозунгами «Против 12-тонного оброка!», «За отмену дорожного и транспортного налога!» <...> «Министра Соколова в отставку!», «Ротенберг и Платон – грабители на дорогах России!», «Платон – карман Ротенберга»¹².

Развитие эта тема получает в обозначении губительных для России, по мнению коммунистов, государственных систем или непопулярных решений, избавиться от которых призывает КПРФ, ср.: *Под красными знаменами праздничная колонна прошла по центральной улице Рязани – Первомайскому проспекту. Демонстранты несли плакаты и лозунги: «Правительство – в отставку!», «Нет – платному образованию!», «Нет – разграблению муниципальной собственности!»*¹³; «Рабочий! Борись за свои права!», «Платон – зло для экономики!», «Поборы на дорогах – рост цен на товары!», «Нет – узаконенному рэкету на дорогах!» – читалось на транспарантах и плакатах¹⁴; Участники акции держали в руках транспаранты с лозунгами <...> «Требуем отставки правительства!», «Центробанк РФ присоединился к санкциям против России»...¹⁵; *ВТО удавка для народа!*¹⁶; Собравшиеся держали в руках плакаты «Нет – обираловке пенсионеров!», «Нет – хап-ремонт!»; «Позор Мособлдуме! Верните льготы пенсионерам Московской области!», «Отмена льгот – грабёж пенсионеров!»¹⁷ и др.

На протяжении столетия неизменными и, видимо, неистребимыми врагами коммунистов остаются фашизм, капитализм, либерализм и антисоветизм. Это подтверждают современные публицистические тексты, ср.: *«Мы сегодня говорим: нет либерализму, который довёл Россию до ручки!»*, – подчеркнул В.И. Кашин [зам. Председ. ЦК КПРФ] <...> «Мы сегодня ещё раз говорим: **нет фашизму! Нет терроризму! Нет либерализму!**» – призвал В.И. Кашин¹⁸; Страну нужно лечить. Страну нужно выводить из пике. Под знаменем антисоветизма этого не достичь. В политике, и просто в жизни есть вопросы, определиться в которых придётся каждому. Вот почему фракция КПРФ предлагает всем ознакомиться с обращением *«Покончить с антисоветизмом – обезоружить противников России!»*¹⁹; *Социализму – «да»! Капитализму – «нет»!*²⁰. Для данных лозунгов зачастую характерно использование усилительного компонента *нет*, абсолютизирующего отрицание.

Особое внимание коммунисты уделяют событиям на Украине. Они выступают против войны, причем виной всему, по их традиционному мнению, выступа-

¹¹ Ленинский Комсомол Мордовии против правительственных реформ в системе народного образования, <http://kprf.ru/activity/education/147519.html>

¹² Шипков 2015.

¹³ Гутенев Д. Солидарность во имя социализма. Правда 05–06.05.2015.

¹⁴ «Нет – узаконенному рэкету на дорогах!», <http://kprf.ru/actions/civilresistance/148769.html>.

¹⁵ Брагин 2014.

¹⁶ Призывы и лозунги к массовым акциям 7 ноября 2015 года, <http://kprf.ru/actions/kprf/147684.html>.

¹⁷ Еркина А. Заставить власть считаться с народом. Правда 03.12.2015.

¹⁸ Тхагушев 2014а.

¹⁹ Об отчете правительства РФ в Госдуме, http://kprf-org.ru/archiv/vestnik253/vestnik234_6.html.

²⁰ Призывы и лозунги к массовым акциям 7 ноября 2015 года, <http://kprf.ru/actions/kprf/147684.html>.

ет все тот же капитализм: *Пленум также выступил с заявлением «Остановить преступления варваров на братской Украине!»*²¹; КПРФ заявляет: зарвавшихся наследников УПА и УНА УНСО нужно немедленно остановить! Мы зовём все прогрессивные силы мира к мобилизации на борьбу против войны, нацизма и империализма. Капитал продолжает сеять ненависть и вражду между людьми. Побороть его может только активность и решительность народных масс. Во имя добра и справедливости призываем сплотиться всех, кому дорог мир на земле! **Преступления варваров должны быть остановлены! Руки прочь от Компартии Украины! Мир Донбассу! Братству славянских народов – быть!**²² и др.

Присутствие врагов и враждебных явлений в обществе, с которыми нужно бороться, так же естественно, как и наличие положительных образцов для подражания. Неизменными лидерами, легендарными личностями для КПРФ являются В.И. Ленин и И.В. Сталин, ср.: *Выстроившись в стройную, празднично оформленную колонну <...> под красными знамёнами и флагами, с флажками и шариками, под лозунгами «Пусть живет в веках имя и дело великого Ленина!», «За власть трудового народа!», «России быть великой и социалистической!» представители КПРФ прошли по главной улице города Нальчика – проспекту имени В.И. Ленина*²³; *Под красными знамёнами праздничная колонна прошла по центральной улице Рязани – Первомайскому проспекту <...> Ребята скандировали по ходу движения: «Ленин! Партия! Комсомол!», «Наша Родина – СССР!»*²⁴; **Ленин – Октябрь – Победа!** (призывы и лозунги к массовым акциям 7 ноября 2015 года)²⁵; *Праздничная колонна прошла по центральным улицам областного центра, поздравляя тамбовчан и скандируя: «Слава советскому народу – народу-победителю», «Да здравствует Верховный Главнокомандующий Советского Союза И.В. Сталин!», «Слава ветеранам войны! Слава труженикам тыла!»*...²⁶; **Учиться у Сталина!** (название статьи)²⁷; *Концерт прошел с полным аншлагом, а песне Александра Харчикова «Моя Родина Советский Союз!» севастьяпольцы долго (некоторые со слезами на глазах) аплодировали стоя. На слова Александра: «Слава Ленинграду, слава Севастополю, слава Советскому Союзу, слава товарищу Сталину – вдохновителю и организатору самых выдающихся советских побед!» все присутствующие в зале наши соотечественники откликнулись громовым русским «УРА!»*²⁸ и др.

Относительно В.И. Ленина целые баталии разыгрываются по поводу того, оставлять ли его тело в Мавзолее или предать земле. Коммунисты считают, что вынос тела из мавзолея – прямой акт десоветизации: *Каждый год мы слышим то оттуда, то отсюда целенаправленно или походя вброшенный призыв «предать*

²¹ Информационное сообщение, http://kprf-org.ru/archiv/vestnik239/vestnik239_1.html.

²² Документы VI (октябрьского) пленума ЦК КПРФ, http://kprf-org.ru/archiv/vestnik239/vestnik239_4.html

²³ Первомай шагает по стране, http://kprf-org.ru/archiv/vestnik253/vestnik234_2.html.

²⁴ Правда 06.05.2015.

²⁵ Призывы и лозунги к массовым акциям 7 ноября 2015 года, <http://kprf.ru/actions/kprf/147684.html>.

²⁶ Слава Советскому народу – победителю! Вечная память павшим! Фашизм не пройдет!, http://kprf-org.ru/archiv/vestnik254/vestnik254_3.html.

²⁷ Тхагушев 20146.

²⁸ Пресс-служба Союзного движения «17 марта за возрождение СССР», <http://kprf.ru/activity/culture/150208.html>.

*тело Ленина земле». Мол, негуманно держать его в Мавзолее. Понятно, что эти «гуманисты» не столько хотят похоронить тело основателя Советского государства, сколько его дело – дело торжества социальной справедливости²⁹; Мавзолей – это склеп, то есть могила, которая принадлежит родственникам. А они, насколько известно, категорически против переноса тела Ленина куда бы то ни было и под каким бы то ни было предлогом. Тем более что Владимир Ульянов похоронен в строгом соответствии с христианскими традициями, как многие православные святые. На это обратил внимание политиков, которым Ленин и после смерти не дает покоя, не только лидер КПРФ Геннадий Зюганов, но и президент России В.В. Путин. Так что гробокопательскую истерию, которая как минимум два раза в год овладевает умами наиболее ярких противников ленинских идей, пора наконец заканчивать. **Ленин был, Ленин есть, Ленин будет в Мавзолее! И ничего плохого в этом нет**³⁰.*

Говоря о И.В. Сталине, КПРФ предлагает вернуть городу-герою Волгограду историческое наименование Сталинград, а также переименовать одну из центральных площадей или улиц Москвы, а затем установить на ней памятник Верховному главнокомандующему генералиссимусу Иосифу Сталину в ознаменование 70-летия Победы в Великой Отечественной войне. В ряде городов при поддержке коммунистов уже установлены памятники И.В. Сталину. Вот какую реакцию вызывает лозунг **Путин – это Сталин!**: Александра Архипова изучает не только оппозиционные акции, но и проправительственные демонстрации, в частности, «крыминги» – митинги в поддержку присоединения Крыма. Исследователь отметила, что одинаковый невербальный посыл оппозиции и провластных демонстраций нередко имеет противоположное значение. «Типичный пример – лозунг **«Путин – это Сталин!»** Оппозиционеры имеют в виду репрессии, несвободу, и вкладывают в лозунг негативный подтекст. Провластные, в особенности, провластно-коммунистические активисты, наоборот, считают это комплиментом», – рассказала Александра Архипова³¹.



Интересный радикальный плакат был предложен в статье пресс-службы ЦК КПРФ о международном инвестиционном форуме «Сочи-2015». Он дал пищу для очередных оценок на тему «Куда ведут Россию». В рамках форума прошел и «деловой завтрак Сбербанка». На нем Герман Греф разразился тирадой о так называемой «цене сталинской индустриализации»³². На плакате изображено, как российские политики забрасывают портрет Сталина грязью, а Гитлер говорит им: «Спасибо, спасибо, мои дорогие!».

Лозунги, включающие имена двух великих вождей и функционирующие в современных

²⁹ Евдокимов, Богачев 2014.

³⁰ Евдокимов, Богачев 2014.

³¹ Антрополог Александра Архипова рассказала о лозунгах городского протеста 2015.

³² Новиков 2015.

публицистических текстах, в основном остались прежними, в ряде случаев коммунисты слегка трансформируют их, добавляя имя своего лидера – Г.А. Зюганова, ср.: *Ведь 30 млрд долларов на три года, выделенных Госдепартаментом США на развитие «демократии», обязательно принесут свои плоды, для нас негативные. Поэтому мы сделаем всё возможное для того, чтобы **продолжить дело Ленина, Сталина и Зюганова!** Наше дело правое! Победа будет за нами!*³³; *Между тем краснознамённая колонна движется, молодёжь скандирует лозунги: «**Ленин! Сталин! Зюганов! Победа!**», «Да здравствует солидарность трудящихся всех стран!», «Да здравствует дружба народов!», «Не позволим переписать историю!»...*³⁴.

Публицистическая активность – одно из важных направлений работы КПРФ, ср.: *Ежедневно быть представленным в СМИ очень важно. «**Ни одного дня без инициативы в СМИ, без комментариев к акциям**» – это наш основной лозунг*³⁵. Г.А. Зюганов считает, что *пора отказаться от митингов и пикетов на тему «за всё хорошее против всего плохого». Каждая акция должна иметь конкретный повод и задачу, понятные лозунги и требования*³⁶. Конечно, не все агитационные «новинки» можно назвать оригинальными. На наш взгляд, предложенный лозунг **Коммунистическая партия Российской Федерации** не отличается своеобразием, но на него делается высокая ставка, ср.: *У нас до сих пор идут дебаты о том, какой лозунг выдвинуть, чтобы он действовал на подсознание избирателей. У нас есть очень хорошие, содержательные лозунги <...> на мой взгляд, самый хороший лозунг с учётом технологии выборов <...> это «**Коммунистическая партия Российской Федерации**» жирным шрифтом, заглавными буквами, сокращенно «КПРФ» на красном фоне. Это будет действовать на подсознание избирателей. У нас есть ещё год до парламентских выборов, и на тех людей, которые ещё колеблются, мне кажется, этот лозунг будет действовать*³⁷. Хотя среди выявленных нами единиц встречаются довольно интересные, возможно, они закрепятся в арсенале публицистических средств, ср.: *Мы готовы к ремонту страны!; 7 ноября, защищая прошлое – сражаемся за будущее!; Красная Москва – КПРФ; КПРФ: нас 99%!; Сказал же Ленин ясно: Россия будет красной!; У КПРФ есть план, ресурс поменять бандитский курс! и др.*

Заключение

Итак, рассмотрев агитационные тексты, отражающие лишь одно из направлений работы КПРФ – борьбу с внутренними и внешними врагами, отметим, что в соответствии с реалиями современной России меняется лик конкретного врага, некоторых общественных губительных явлений, хотя в глобальном смысле актуальными с точки зрения враждебности продолжают оставаться фашизм, капитализм, либерализм и антисоветизм.

³³ Зюганов 2015.

³⁴ Правда 06.05.2015.

³⁵ Из выступлений на семинаре. В.Ф. Рашкин, http://kprf-org.ru/archiv/vestnik238/vestnik238_3.html.

³⁶ Доклад Председателя ЦК КПРФ на VI (октябрьском) пленуме ЦК КПРФ, http://kprf-org.ru/archiv/vestnik239/vestnik239_2.html.

³⁷ Доклады на семинаре-совещании, http://kprf-org.ru/archiv/vestnik259/vestnik259_2.html.

КПРФ сегодня – это действительно самая энергичная, инициативная в плане пропагандистской работы политическая партия России. И хотя многие лозунги она заимствует из копилки СССР, КПРФ все же стремится расширять свой арсенал, ищет и находит новые агитационные пути.

ЛИТЕРАТУРА

- Антрополог Александра Архипова рассказала о лозунгах городского протеста. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.yabloko.ru/regnews/Moscow/2015/06/02>
- Брагин, А. 2014: «Пилите, Дима, пилите...». Москвичи на встрече с депутатами-коммунистами потребовали отставки российского правительства. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://kprf-org.ru/archiv/vestnik243244/vestnik243244_3.html
- Евдокимов, А., Богачев, А. 2014: *Противоядие против мифов (разоблачение инсинуаций либеральной пропаганды)*. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://kprf-org.ru/archiv/vestnik240/image/Vestnik%2020%20\(240\).pdf](http://kprf-org.ru/archiv/vestnik240/image/Vestnik%2020%20(240).pdf)
- Зюганов, Г.А. 2015: *Дело Великого Октября и задачи молодежной политики КПРФ (из выступлений на пленуме ЦК КПРФ)*. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://kprf-org.ru/archiv/vestnik260/vestnik260_3.html
- Интервью В.Ф. Раишкина журналу «Профиль»: «Мы требуем от президента отставки правительства». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://kprf.ru/dep/gosduma/activities/137861.html>
- Коваленко, А. «Поддерживаете ли Вы вотум недоверия правительству Медведева?» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://kprf.ru/>; <https://www.opentown.org/news/20362/>
- Колюшин, Е.И. 2015: *Новые организационно-правовые вызовы на выборах*. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://kprf-org.ru/archiv/vestnik251/vestnik251_2.html
- Новиков, Д.Г. 2015: *Герман Греф не случайно тиражирует антисоветские мифы*. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://kprf.ru/party-live/cknews/147222.html>
- Тхагушев, Р. Брагин, А. 2015: *Первомай шагает по стране. Власть и собственность – трудовому народу!* [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://kprf-org.ru/archiv/vestnik253/vestnik234_2.html
- Тхагушев, Р. 2014а: *Защитить независимость страны может только левый поворот!* [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://kprf-org.ru/archiv/vestnik243244/vestnik243244_3.html
- Тхагушев, Р. 2014б: *Учиться у Сталина*. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://kprf-org.ru/archiv/vestnik243244/vestnik243244_3.html
- Шипков, А. 2015: *Челябинские дальнбойщики требуют отставки правительства!* [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://kprf.ru/actions/civilresistance/148770.html>
- Burger, H. 2005: *Mediensprache. Eine Einführung in Sprache und Kommunikationsformen der Massenmedien*. Berlin - New-York.
- Fauconnier, G. 1994: *Mental spaces: Aspects of meaning construction in natural language*. Cambridge.
- Fowler, R. 1991: *Language in the News Discourse and Ideology in the Press*. London–New York.
- Heibig, G. 2003: Kognitive Linguistik-Bemerkungen zu Anliegen und Ansätzen, zu Auswirkungen und Problemen. *DaF* 1, 24-31.

REFERENCES

- Antropolog Aleksandra Arhipova rasskazala o lozungah gorodskogo protesta*, <http://www.yabloko.ru/regnews/Moscow/2015/06/02>
- Bragin, A. 2014: «*Pilite, Dima, pilite...*». *Moskvichi na vstreche s deputatami-kommunistami potrebovali otstavki rossijskogo pravitel'stva*, http://kprf-org.ru/archiv/vestnik243244/vestnik243244_3.html
- Burger, H. 2005: *Mediensprache. Eine Einfuhrung in Sprache und Kommunikationsformen der Massenmedien*. Berlin-New-York.
- Evdokimov, A., Bogachev, A. 2014: *Protivojadie protiv mifov (razoblachenie insinuiacij liberal'noj propagandy)*, [http://kprf-org.ru/archiv/vestnik240/image/Vestnik%2020%20\(240\).pdf](http://kprf-org.ru/archiv/vestnik240/image/Vestnik%2020%20(240).pdf)
- Fauconnier, G. 1994: *Mental spaces: Aspects of meaning construction in natural language*. Cambridge.
- Fowler, R. 1991: *Language in the News Discourse and Ideology in the Press*. London–New York.
- Heibig, G. 2003: Kognitive Linguistik-Bemerkungen zu Anliegen und Ansätzen, zu Auswirkungen und Problemen. *DaF* 1, 24–31.
- Interv'ju V.F. Rashkina zhurnalu «Profil'»: «My trebuem ot prezidenta otstavki pravitel'stva»*, <http://kprf.ru/dep/gosduma/activities/137861.html>
- Koljushin, E.I. 2015: *Novye organizacionno-pravovye vyzovy na vyborah*, http://kprf-org.ru/archiv/vestnik251/vestnik251_2.html
- Kovalenko, A. «*Podderzhivaete li Vy votum nedoverija pravitel'stvu Medvedeva?*», <http://kprf.ru/>; <https://www.opentown.org/news/20362/>
- Novikov, D.G. 2015: *German Gref ne sluchajno tirazhiruet antisovetskie mify*, <http://kprf.ru/party-live/cknews/147222.html>
- Shipkov, A. 2015: *Cheljabinskije dal'nobojschiki trebujut otstavki pravitel'stva!*, <http://kprf.ru/actions/civilresistance/148770.html>
- Thagushev, R. Bragin, A. 2015: *Pervomaj shagaet po strane. Vlast'i sobstvennost' – trudovomu narodu!*, http://kprf-org.ru/archiv/vestnik253/vestnik234_2.html
- Thagushev, R. 2014b: *Uchit'sja u Stalina*, http://kprf-org.ru/archiv/vestnik243244/vestnik243244_3.html
- Thagushev, R. 2014a: *Zashhitit' nezavisimost' strany mozhet tol'ko levyy povorot!*, http://kprf-org.ru/archiv/vestnik243244/vestnik243244_3.html
- Zjuganov, G.A. 2015: *Delo Velikogo Oktjabrja i zadachi molodezhnoj politiki KPRF (iz vystuplenij na plenumе CK KPRF)*, http://kprf-org.ru/archiv/vestnik260/vestnik260_3.html

THE RED BANNER ON THE KREMLIN!

(to special traits of agitation texts of the Communist party of the Russian Federation)

Aleksandra A. Osipova

Nosov Magnitogorsk State Technical University, Russia,
osashenka@yandex.ru

Abstract. The article deals with the analysis of agitation texts of the Communist party of the Russian Federation (CPRF). This left party has a great history. In terms of agitation, the CPRF has an advantage over the other Russian political parties because it uses the soviet publicistic arsenal in the struggle for red ideals.

The author studies red slogans and appeals that motivate to struggle. The red party sees the

present government and its ministers as the main opponents. It also rejects all the destructive political systems. Throughout the century, communists have been struggling against their constant enemies: Nazism, capitalism, liberalism and anti-Sovietism.

V.I. Lenin and I.V. Stalin are the unchanged leaders and role models for all communists. Modern leaders encourage people to develop Lenin and Stalin's ideas. With the help of the CPRF, some cities have statutes of Stalin and Lenin. Today the soviet appeals have one more name in their structure. Communists add G.A. Zyuganov to the list of red leaders of Russia. For example, *Lenin! Stalin! Zyuganov! Victory!*

The publicistic activity of the CPRF is a very important field in the party's work. However, not all the agitation texts can be called brand new. Anyway, there are some interesting ones – *We are ready for the country makeover! November 7, protect the past and fight for the future! Red Moscow – the CPRF! The CPRF has the plan and the resource to change the mafia course!*

Today the CPRF is the most active and initiative party that looks for new propaganda ways and tries to increase its slogan arsenal.

Key words: the Communist party of the Russian Federation, slogan, struggle, V.I Lenin, I.V. Stalin, G.A. Zyuganov



КРИЗИС САМОИДЕНТИФИКАЦИИ РОССИЯН: ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Л.Н. Чурилина

*Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова,
Магнитогорск,
ln-chur@yandex.ru*

Аннотация. Статья посвящена исследованию в лингвистическом аспекте кризиса идентичности как проблемы современного общества, приобретшей глобальные масштабы. Под национальной идентичностью понимается Мы-концепция как фрагмент коллективного сознания. Представление о кризисе самоидентификации связывается с утратой этносом исторически сложившегося представления о самом себе, что рассматривается как прямая угроза не только существованию культуры, но и государственной безопасности.

Особое внимание как доминанте национальной самоидентификации россиян уделяется феномену имперское сознание. Как феномен сугубо умозрительный, имперское сознание имеет политические корни, чем определяется желание как ученых, так и публицистов дать ему оценку, полюс которой детерминирован мировоззренческой позицией оценивающего субъекта или занимаемой политической платформой. Возможность получить объективное представление об абстрактном феномене связывается нами с лингвистическим анализом, т.е. с апелляцией к языку как источнику информации. На основе анализа материалов психолингвистических (ассоциативных) экспериментов, проводимых с носителями русского языка на разных временных этапах и отражающих различные стадии формирования национального самосознания, реконструируется «образ себя» как фрагмент сознания россиян. Объектом анализа становятся ассоциативные поля слова-стимула народ. На выбор стимула определяющее влияние оказало признание факта существования оппозиции народ / власть как характерной черты российской государственности на всех этапах ее формирования.

Соотнесение приписываемых имперскому сознанию характеристик с языковыми материалами, полученными в результате экспериментальных исследований, позволяет заключить, что «имперскость» не является на современном этапе доминантным признаком национальной самоидентификации россиян. При этом выявлено, что признаки имперского сознания проявляли себя на предыдущем (советском) этапе существования многонационального российского социума.

Ключевые слова: национальная самоидентификация, имперское сознание, Мы-концепция, языковая картина мира, ассоциативное поле слова, доминанта самосознания

Чурилина Любовь Николаевна – доктор филологических наук, профессор кафедры русского языка, общего языкознания и массовой коммуникации Магнитогорского государственного технического университета им. Г.И. Носова. E-mail: ln-chur@yandex.ru

Введение

Политическая жизнь Российской Федерации последних лет изобилует событиями, дающими стимул к «пересмотру» сложившейся к настоящему моменту системы социальных ценностей и последующим попыткам диагностировать состояние общественного сознания. Особую актуальность на этом фоне приобрели две проблемы, равно связываемые с представлением о безопасности государства: *кризис национальной идентичности* и *имперское сознание* как предполагаемая константа национальной идентичности россиян¹.

Термин *идентичность* в психологии синонимизируется с Я-образом, Я-концепцией, в применении же к этносу целесообразно говорить о Мы-концепции, т.е. коллективном «образе себя»². Возможность применения термина *национальная идентичность* в отношении России не имеет сегодня однозначного решения, поскольку рядом исследователей неправомерной признается сама постановка вопроса о единой нации в России как мегагосударстве «с большим числом влиятельных, мощных наций, желающих самоопределения и самоидентификации в той или иной степени полноты и самостоятельности»³. Однако решение проблемы оказывается возможным в случае разделения национальной идентичности на «гражданскую, свойственную населению всей многонациональной страны («мы – россияне»), и индивидуальную и этнонациональную»⁴. Национальная идентичность россиян связана не столько с обозначением этического статуса, сколько с готовностью считать Россию родиной, а ее историю и культуру во всех ее проявлениях – своими. В этой системе понятий кризис идентичности понимается как «утрата Россией своего исторически сложившегося представления о самой себе»⁵. Актуализация в приведенной цитате семы ‘перестать обладать’ (*утрата*) в пресуппозиции содержит уверенность в том, что факт наличия в сознании россиян сформировавшегося «образа себя» фиксировался на предыдущем временном отрезке. Обращение к прошлому, до-кризисному, этапу формирования национальной идентичности устойчиво связывается с феноменом *имперское сознание*: «Ностальгия по империи сохранилась как у элиты, так и у большей части представителей тех поколений, которые жили при СССР»⁶; «Жизнь в империи не прошла для нас даром. За минувшие столетия имперское бытие сформировало наше сознание, вошло в культуру»⁷.

Будучи феноменом сугубо умозрительным, *имперское сознание* имеет политические корни, чем определяется желание как ученых, так и публицистов дать ему политическую же оценку. Причем зависит эта оценка, что вполне предсказуемо, от мировоззренческой позиции оценивающего субъекта или, что в данном случае одно и то же, от занимаемой политической платформы, а потому она, как правило, не знает «срединных» значений и оказывается либо резко отрицательной, либо безусловно положительной. Образцы подобного оценочного дискурса

¹ Бадмаев 1996; Гаджиев 2011; Иванова 2010; Кортунов 2009.

² Erikson 1976; Postmes 2005.

³ Иванова 2010, 3.

⁴ Иванова 2010, 2.

⁵ Кортунов 2009, 8.

⁶ Соколов 2015.

⁷ Никольский 2014, 42.

мы обнаруживаем, например, на Открытом христианском форуме, где активно обсуждалась позиция Ю. Сипко, утверждающего, что «в современной России налицо «повальное заражение бациллой превосходства нашей российской истории, нашей ментальности, духовности над общемировыми общечеловеческими ценностями»⁸. Прямо противоположное мнение отражено в статье М. Смолина «Имперское сознание и Имперский национализм»: «Демократические идеологи старались убедить великую нацию, что ей не нужно, неудобно, наконец, невыгодно быть имперской нацией, что ей будет легче и спокойнее жить мелочными проблемами, занимающими швейцарца или люксембуржца, проблемами биологического потребления, а не духа и творчества»⁹. Даже в случае попыток научного подхода к осмыслению феномена, он остается в аксиологическом поле: в нем усматривается угроза существованию российского народа, а потому «речь должна идти о смене россиянами своей имперской идентичности на патриотическую идею возрождения народа и страны без имперских целей»¹⁰.

Возможность получить хоть сколько-нибудь объективное (как минимум – не связанное с личностной системой оценок и предпочтений) представление об абстрактном феномене в нашем случае связывается с лингвистическим анализом, т.е. с апелляцией к языку как источнику информации. Разрабатываемое в рамках когнитивной лингвистики понятие *языковая картина мира* в содержании своем соотносено с национальным сознанием, национальной спецификой мировосприятия¹¹. Попытаемся выявить объективные показатели наличия / отсутствия имперских амбиций (или следов таковых) в коллективном сознании наших современников и соотечественников, опираясь на словарные материалы.

В качестве источника используется последний по времени издания ассоциативный словарь – «Славянский ассоциативный словарь: русский, белорусский, болгарский, украинский»¹². Преимущество ассоциативных словарей заключается, прежде всего, в объективности предлагаемого языкового материала: массовый свободный ассоциативный эксперимент позволяет зафиксировать «фрагменты сознания» разных носителей языка. Что касается избранного лексикографического источника, то предпочтение наше определяется не только фактором его относительной новизны, но и возможностью сравнения заведомо (?) *имперского* и *не имперского* вариантов национального мировосприятия: речь идет о сопоставлении русского и иных ассоциативных полей со стимулом *народ* (во всяком случае, нам не приходилось сталкиваться с обвинениями в «имперскости» белорусов, украинцев и болгар).

Чем определяется выбор слова-стимула? Мы намеренно отказались от вовлечения в анализ таких полей, как *власть* и *государство*¹³. Причина кроется в признании факта существования оппозиции *народ* / *власть*, как характерной черты российской государственности на всех этапах ее формирования. При этом частотно проявляющая себя в ассоциативном эксперименте пара «народ ↔ мы» может

⁸ Сипко 2007.

⁹ Смолин 2012.

¹⁰ Никольский 2014, 51.

¹¹ Halliday 1978.

¹² Уфимцева 2004.

¹³ Вариант анализа ассоциативного поля «власть» см. в: Морель Морель 2015.

рассматриваться как свидетельство самоидентификации участников эксперимента, представляющей для нас интерес, коль скоро речь идет о самосознании нации («образ себя»).

Совокупность критериев (маркеров) «имперскости» при анализе языкового материала определяется с опорой на предложенный С.А. Никольским перечень характерных признаков имперского сознания, в число которых входят: стремление к территориальному расширению, уверенность во враждебности «внешнего» мира («концепция единственной на свете «святой Руси») и, как следствие, наличие в национальном самосознании мессианской идеи, а также небрежение правом и презрение к человеку¹⁴.

Ядро ассоциативного поля слова-стимула *народ*, включающее наиболее частотные реакции, позволяет выделить несколько доминантных семантических зон: 'множество' (*толпа, люди, много, масса / массы, стадо, много людей, многочисленный, электорат*); 'организация' (*толпа, страна / страны, власть, стадо, общество, демонстрация, митинг*) и 'этнос' (*русский, нация, родной, национальность, племя, русские, чужой*).

В особую группу целесообразно выделить реакции, эксплицирующие оценку, связываемую с представлением о народе (а поскольку народ = мы, то и самооценку). Оценка эта оказывается амбивалентной: с одной стороны – *сила / сильный, великий, веселый, дружный, умный, гордый, добрый, могучий, прекрасный, честный*; но с другой – *глупый, бедный, урод, быдло, дурак, дурной, несчастный*. Выход в область единичных реакций если и способен изменить представление о характере самооценки россиян, то только в сторону увеличения доли негативной (*безвластен, бесправие, возмущен, все переживет, глуп, глумной, голод, голодает, голоден, дикий, крах, куча мусора, обманули, обманутый, пошел пить пиво, пьянь, страдальцы, терпеливый, терпит, униженный* и проч.; всего 24 реакции, или 30% от общего числа). Даже самый пристрастный взгляд не позволяет обнаружить следы «мессианства» у народа со столь низкой самооценкой.

В каком-то смысле отвечающим взятым за основу критериям можно было бы считать отмечаемое в ядерной зоне ассоциативного поля слово-реакцию *великий* (ИЧ – 6). Однако в других ассоциативных полях оно тоже встречается в частотной зоне ассоциаций: *вялікі* (белорусский; ИЧ – 7), *велик* (болгарский; ИЧ – 5); *великий* (украинский; ИЧ – 17).

Допускаем, что низкая самооценка и есть языковое проявление отмечаемого С.А. Никольским небрежения к личности. Но в этом случае, это единственный признак имперского сознания, который удастся обнаружить: нет следов враждебности к «внешнему» миру, равно как и стремления к захвату территорий. Можно ли один, и не самый показательный, поскольку замыкает предлагаемый С.А. Никольским перечень, признак рассматривать как достаточное основание для диагноза – *имперское сознание*?

Вопрос, который неизбежно возникает в данном случае: возможно, *имперское сознание* не фиксируется на уровне ассоциативного эксперимента?

Ассоциативное поле со словом-стимулом *народ* представлено и в других имеющихся в нашем распоряжении ассоциативных словарях русского языка:

¹⁴ Никольский 2014.

«Словаре ассоциативных норм русского языка»¹⁵ и в «Русском ассоциативном словаре»¹⁶. Поскольку время проведения серии ассоциативных экспериментов, материалы которых легли в основу каждого из словарей, различно, ожидаемо и обнаружение значимых различий на уровне результатов. Так, первый по времени создания «Словарь ассоциативных норм русского языка» отражает сознание человека советской эпохи; а «Русский ассоциативный словарь» представляет сознание россиян на стыке эпох – 90-е годы XX века – переломный («перестроечный») этап формирования мировоззрения нового времени.

Лексический состав ассоциативно-семантического поля (АСП) «народ» в САН позволяет говорить и о достаточно высокой национальной самооценке, и о претензиях на доминирование: существенно более высоким является индекс частотности слова-реакции *великий* (ИЧ-17), в структуру поля входят реакции *планета, всех стран, земной шар, воинственный, движущая сила* и др. Реакциями, отражающими самооценку испытуемых как представителей этнокультурной общности, в рассматриваемом АСП являются слова, в структуру значения которых входит сема 'положительная оценка': *великий, могучий, негибаемый, дружный, большой, гордый, гостеприимный, добрый, мирный, трудолюбивый, хороший и др.*; народ – это *сила, творец, мощь, создатель, труженик*. В качестве единиц, объективирующих негативную самооценку, могут рассматриваться только единичные реакции *толпа и скот*.

В АСП «народ» в РАС еще сохраняет свои позиции идеология советского периода (*и партия, советский, и армия едины, и партия едины, СССР*), но при этом отражен начальный этап формирования нового – демократического – сознания: *Ельцин, свободу, выборы*. Лексический набор репрезентантов самооценки в этом АСП кардинально меняется – отмечается резкий рост числа единиц, соотносимых с представлением о негативной и даже крайне негативной оценке: *толпа, быдло, массы, стадо, сборище; глупый, темный, беден, дурной, загнанный, злой, озлобленный, лихой, многострадальный, страдает, тупой, угнетенный*. Доминирующим оказывается образ народа как безмолвной, пассивной, хаотично движущейся массы.

Заключение

Последовательное сопоставление зафиксированных словарями материалов ассоциативных экспериментов, представляющих разные этапы формирования массового сознания жителей современной России, позволяет с высокой степенью вероятности заключить: *имперское сознание* правомерно было рассматривать в качестве значимого фрагмента национальной самоидентификации только в период второй трети XX века. Уже на рубеже веков психолингвистический эксперимент отражает разрушение социального стереотипа. Столь стремительные процессы деструктуризации дают повод к сомнению: обладает ли *имперское сознание* статусом доминанты национальной самоидентификации россиян?

В этой связи весьма убедительно звучит тезис современного российского политолога Д.Э. Летнякова: проникновение в сознание россиян имперских ценно-

¹⁵ Леонтьев 1973.

¹⁶ Караулов 2002.

стей и смыслов обнаруживает себя «никак не раньше второй трети XX в., после начала советской модернизации. До этого времени имперский дискурс в России был сугубо элитарным – он продуцировался и поддерживался политической и интеллектуальной элитой, образованной частью российского общества»¹⁷.

Выявленный в ходе лингвистического анализа факт инородности *имперского сознания* в структуре смыслового поля самоидентификации россиян уже не может расцениваться как отражение субъективного мнения, детерминированного политическими амбициями. В таком случае вопрос о доминанте Мы-концепции остается открытым, в то время как поиск ответа на него входит в число приоритетных государственных задач, поскольку: «Внедрение имперского мифа в общественное сознание стало служить поддержанию политических и общественных напряжений вокруг России, оно блокирует развитие российского национального проекта и препятствует процессу нормализации страны»¹⁸.

ЛИТЕРАТУРА

- Бадмаев, В.Н. 1996: *Национальная идентификация как философская проблема (по материалам наследия российского зарубежья)*: автореф. ... дис. канд. филос. наук. М.
- Гаджиев, К.С. 2011: Национальная идентичность: концептуальный аспект. *Вопросы философии* 11. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://vphil.ru/index.php?id=400&option=com_content&task=view
- Дайджест новостей Открытого христианского форума. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://jesuschrist.ru/news/2007/01/11/12143>
- Иванова, В.В. 2010: *Национальная идентичность как фактор безопасности государства*. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.pan-i.ru/nauchnie-statii/natsionalnaya-identichnost-kak-faktor-bezopasnosti-gosudarstva.html>
- Караулов, Ю.Н. (ред.) 2002: *Русский ассоциативный словарь*. М.
- Кортунов, С.В. 2009: *Национальная идентичность: Постижение смысла*. М.
- Крупкин, П. 2008: *Имперский дискурс в современной России*. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.apn.ru/publications/article20749.htm>
- Леонтьев, А.А. (ред.) 1973: *Словарь ассоциативных норм русского языка*. Прямой. М.
- Летняков, Д.Э. 2015: К вопросу о генеалогии имперского сознания в России. *Философский журнал* 8. 2, 112–127.
- Морель Морель, Д.А. 2015: *Динамика культурных концептов сквозь призму ассоциативного эксперимента*. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://dspace.bsu.edu.ru/bitstream/123456789/9152/1/Morel_Dinamika.pdf
- Никольский, С.А. 2014: Русские как имперский народ. *Политическая концептология: журнал междисциплинарных исследований* 1, 42–54.
- Смолин, М. 2015: *Имперское сознание и Имперский национализм*. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://svyatorus.com/kultura/514-imperskoe-soznanie-i-imperskiy-nacionalizm.html>
- Соколов, Б. 2015: *Сознание строит империю. Оно же ее – разрушает*. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.tochno.media/rus/publication/soznanie-stroit-imperiyu-razrushayet-1435340922/>
- Уфимцева, Н.В. (ред.) 2004: *Славянский ассоциативный словарь: русский, белорусский, болгарский, украинский*. М.

¹⁷ Летняков 2015, 123.

¹⁸ Крупкин 2008.

- Erikson, E.H. 1976: The Concept of Identity in Race Relations: Notes and Queries. In: A. Dashefsky (ed.), *Ethnic Identity in Society*. Chicago, 59–72.
- Halliday, M.A.K. 1978: *Language as Social Semiotic*. London.
- Postmes, T., Lee, A.T., Novak, R.J. 2005: Individuality and Social Influence in Groups: Inductive and Deductive Routes to Group Identity. *Journal of Personality and Social Psychology* 89. 5, 747–763.

REFERENCES

- Badmaev, V.N. 1996: *Nacional'naja identifikacija kak filosofskaja problema (po materialam nasledija rossijskogo zarubezh'ja)*: avtoref. ... dis. kand. filos. nauk. Moscow.
- Dajdzhest novostej Otkrytogo hristianskogo foruma, <http://jesuschrist.ru/news/2007/01/11/12143>
- Erikson, E.H. 1976: The Concept of Identity in Race Relations: Notes and Queries. In: A. Dashefsky (ed.), *Ethnic Identity in Society*. Chicago, 59–72.
- Gadzhiev, K.S. 2011: Nacional'naja identichnost': konceptual'nyj aspekt. *Voprosy filosofii* 11, http://vphil.ru/index.php?id=400&option=com_content&task=view
- Halliday, M.A.K. 1978: *Language as Social Semiotic*. London.
- Ivanova, V.V. 2010: *Nacional'naja identichnost' kak faktor bezopasnosti gosudarstva*, <http://www.pan-i.ru/nauchnie-stati/natsionalnaya-identichnost-kak-faktor-bezopasnosti-gosudarstva.html>
- Karaulov, Ju.N. (red.) 2002: *Russkij associativnyj slovar'*. Moscow.
- Kortunov, S.V. 2009: *Nacional'naja identichnost': Postizhenie smysla*. Moscow.
- Krupkin, P. 2008: *Imperskij diskurs v sovremennoj Rossii*, <http://www.apn.ru/publications/article20749.htm>
- Leont'ev, A.A. (red.) 1973: *Slovar' associativnyh norm russkogo jazyka. Prjamoj*. Moscow.
- Letnjakov, D.Je. 2015: K voprosu o genealogii imperskogo soznaniya v Rossii. *Filosofskij zhurnal* 8. 2, 112–127.
- Morel' Morel', D.A. 2015: *Dinamika kul'turnyh konceptov skvoz' prizmu associativnogo jeksperimenta*, http://dspace.bsu.edu.ru/bitstream/123456789/9152/1/Morel_Dinamika.pdf
- Nikol'skij, S.A. 2014: Russkie kak imperskij narod. *Politicheskaja konceptologija: zhurnal mezhdisciplinarnyh issledovanij* 1, 42–54.
- Postmes, T., Lee, A.T., Novak, R.J. 2005: Individuality and Social Influence in Groups: Inductive and Deductive Routes to Group Identity. *Journal of Personality and Social Psychology* 89. 5, 747–763.
- Smolin, M. 2015: *Imperskoe soznanie i Imperskij nacionalizm*, <http://svyatorus.com/kultura/514-imperskoe-soznanie-i-imperskiy-nacionalizm.html>
- Sokolov, B. 2015: *Soznanie stroit imperiju. Ono zhe ejo – razrushaet*, <http://www.tochno.media/rus/publication/soznanie-stroit-imperiyu-razrushaet-1435340922/>
- Ufimceva, N.V. (red.) 2004: *Slavjanskij associativnyj slovar': russkij, belorusskij, bolgarskij, ukrainskij*. Moscow.

CRISIS IN RUSSIAN SELF-DEFINITION: LINGUISTIC ASPECT

Lyubov N. Churilina

Nosov Magnitogorsk State Technical University, Russia,
ln-chur@yandex.ru

Abstract. This article deals with the linguistic aspect of self-definition crisis in modern society. Under the self-definition the author understands We-conception as a part of the collective

consciousness. A national self-definition crisis refers to a situation when a nation loses its history, culture and traditions. That is considered as a direct threat not only to cultural existence, but also to homeland security.

The Russians see their country as a great empire. This is the dominant of the national self-definition. In this article, the author pays a particular attention to this phenomenon. As a mental thing, imperial perception of Russia has a political base. That is why scientists and publicists find this phenomenon interesting to analyze from different points of view. The opportunity to get objective data about abstract phenomenon leads to linguistic analysis. The author uses materials of psycholinguistic (association) experiments performed among Russian native speakers at different times. The results of these experiments reveal the forming stages of national self-consciousness. The analysis helps to model the “image of yourself” as a part of Russian self-consciousness. The object of the analysis is associative fields of word people. The choice of the stimulus word deals with the firm opposition people / state power in Russian society.

Correlation of the characteristics attributed to imperial consciousness with the language materials received as a result of pilot studies allows to conclude that “imperskost” isn’t a dominant sign of national self-identification of Russians at the present stage. At the same time it is revealed that signs of imperial consciousness emerged at the previous (Soviet) stage of existence of multinational Russian society.

Key words: national self-definition, imperial perception of Russia, We-conception, linguistic world image, associative field, self-consciousness dominant



ЛОЗУНГОВЫЙ АРСЕНАЛ ГЕРМАНИИ XX – НАЧАЛА XXI в. АКТИВИЗАЦИЯ МОЛОДЕЖНОГО СЛЕНГА

Problemy istorii, filologii, kul'tury
3 (2016), 103–112
© The Author(s) 2016

Проблемы истории, филологии, культуры
3 (2016), 103–112
©Автор(ы) 2016

LOSUNGEN UND BILDLOSUNGEN ALS TRÄGER EINES AKTUELLEN DISKURSES IN DER DEUTSCHEN ÖFFENTLICHKEIT 2015

J.M. Becker

Грайфсвальдский университет им. Эрнста Морица Арндта, Грайфсвальд,
jmbecker@uni-greifswald.de

Аннотация. В 2015 г. одна тема стала особенно актуальной, доминирующей в немецких СМИ и в личных и общественных беседах. Речь шла о прибытии людей из зон военных конфликтов, особенно с Ближнего Востока, и об отношении к людям, которые искали помощи и защиты в Германии. Все говорили о так называемой культуре гостеприимства, это было ключевое слово дискурса, которое маркировало как положительным, так и отрицательно-ироническим способом официальную немецкую политику иммиграции того времени. Для сопоставительного анализа автор статьи сделал выборку лозунгов и плакатов из интернет-ресурсов и телевизионных передач. Они отражают поддержку немецкой культуры гостеприимства 2015-го года или ее отрицание. В результате анализа можно обнаружить, что, несмотря на идеологическое содержание, носители лозунгов – положительных или отрицательных – употребляли одни и те же структуры и стратегии при формировании агитационных текстов. Лозунг – это особенная языковая единица, цель которой – политическое обращение к адресату. При помощи определенных стратегий можно создать удачный лозунг независимо от его идеологического содержания. Такими стратегиями являются прямое обращение к адресату, патетический стиль, экспрессия, генерализирование, распространение сведений о негативных фактах или преувеличение их опасности, применение хорошо знакомых моделей политических лозунгов, популярных цитат и устойчивых оборотов, игра слов и креативное изменение знакомых лозунгов, цитат или оборотов.

Бэккер Йорн-Мартин – доктор философии, сотрудник кафедры славянского языкознания университета им. Эрнста Морица Арндта. E-mail: jmbecker@uni-greifswald.de.

Ключевые слова: лозунг, плакат, политический дискурс, политическая лексика, устойчивый оборот, цитата, пословица, Willkommenskultur (культура гостеприимства)

Einleitung

Seit 2015 diskutiert die deutsche Politik und Gesellschaft über die Frage des Umgangs mit der Ankunft von Menschen, die in Deutschland Schutz und Hilfe suchen. Im Zentrum des Diskurses stehen die Flüchtenden aus Kriegs- und Krisengebieten des Vorderen Orients. Dabei wurde in sowohl positiver als auch negativ-ironischer Weise offizielle Politik und dienichtstaatliche Hilfe von Deutschen und deutschen Organisationen mit dem Schlagwort *Willkommenskultur in Deutschland* etikettiert. Dieses Wort, entnommen aus dem terminologischen Schatz der deutschen Behörden, wurde bereits Ende 2014 in die Liste des „Wortes des Jahres“ der Gesellschaft für deutsche Sprache (GfdS) gewählt. Die Begründung für die Wahl auf den sechsten Platz war, dass mit dem Wort etwas gefordert wird, das aber „noch nicht hinreichend vorhanden ist“, und dass mit diesem Schlagwort sehr unterschiedliche Vorstellungen verbunden sind, „von der Bereitschaft, Flüchtlinge bedingungslos aufzunehmen bis hin zur Forderung nach bedingungsloser Integration“¹.

Am 4. September 2015 entschied die deutsche Bundeskanzlerin, Angela Merkel, in Absprache mit den Regierungschefs von Österreich und Ungarn, den an der österreichisch-ungarischen Grenze und in Budapest festsitzenden Flüchtlingen vor allem aus Syrien und Afghanistan die Einreise nach Deutschland ohne Registrierung durch Ungarn und damit entgegen dem Dublin-Abkommen zu gestatten. Aufgrund dieser Entscheidung bildete sich ein heftiger in den Medien ausgetragener Diskurs. Insbesondere in den neuen Medien des Internets, aber auch auf der Straße bildeten zwei große entgegengesetzte Meinungsgruppen, die mit verbalen und nonverbalen Argumenten die Auseinandersetzung suchten. In dieser Auseinandersetzung erhielten neue politische Bewegungen, wie PEGIDA und deren regionale Ableger, z.B. KÖGIDA (Köln), LEGIDA (Leipzig), BärGIDA (Berlin), Bagida (Bayern), Direkte Demokratie für Europa (DDfE) in Dresden u.v.a., Zulauf aus allen Schichten der Bevölkerung. Auf Demonstrationen auf der Straße und in Diskussionsforen im Netz verwendeten sie, aber auch Diskursgegner und Diskursbeobachter bestimmte Bilder, Symbole, Schlagwörter und Losungen, um in verkürzter, aber besonders eindringlicher Form die Meinung zu äußern und zu verbreiten. Das Internet hat sich in den letzten zwanzig Jahren als ein moderner und häufig genutzter Ort der Meinungsäußerung entwickelt. Hier funktionieren Internetzeitungen und Internet-Diskussionsforen, aber auch private Internetseiten sowie Filme und Filmausschnitte aus Fernsehen und Kino als Orte der politischen Auseinandersetzung.

Anhand von Losungen und Bildlosungen aus dem Internet und aus Fernsehprogrammen des Jahres 2015, die das Für und Wider in den Meinungsäußerungen zur deutschen Willkommenskultur wiedergeben, soll dieser Diskurs im folgenden Beitrag analysiert werden. Als Quelle habe ich Texte und Fotos aus Internetzeitungen und den dazugehörigen Foren wie von BILD², FOCUS³, Global Message eXchange

¹ <http://gfds.de/wort-des-jahres-2014/>, zur Kategorie des „Unwort des Jahres“ aus linguistischer Perspektive vgl. auch Becker 2005, 375f.

² <http://www.bild.de>.

³ <http://www.focus.de>.

(GMX)⁴, Spiegel Online (SPON)⁵, Yahoo! (YAHOO)⁶, ZEIT ONLINE (ZEIT)⁷, parteinahe Internetseiten von Personen der politischen Öffentlichkeit wie Tatjana Festerling⁸, aber auch Bilder aus TV-Beiträgen, wie von ARD, WDR und ZDF verwendet. Diese Beispiele wurden auf ihre sprachliche Struktur, den Inhalt sowie bestimmte Diskurs-Strategien hin analysiert. Im Ergebnis wurden hierbei formale und inhaltliche Ähnlichkeiten zwischen den Losungen der Befürworter und denen der Gegner der Willkommenskultur herausgearbeitet. Für diesen Zweck habe ich die Losungen gegen eine Willkommenskultur und die Losungen für eine Willkommenskultur unterschiedlich gekennzeichnet.

Strukturell unterscheiden sich die Beispiele zunächst in verbale und nonverbale Losungen, wobei es auch verbale Losungen gibt, die mit Symbolen arbeiten ~~Merkel~~⁹, i ♥ immigration¹⁰, und Symbole, die mit sprachlichen Äußerungen verbunden sind, wie die Darstellung eines Ortseingangsschildes mit der Aufschrift Refugeeswelcome¹¹. In meiner Sammlung befinden sich sowohl reine Bildlosungen auf Plakaten mit einfachen Symbolen wie zum Beispiel Bilder von Politikern in einem Verbotsschild (durchgestrichenes Bild von Angela Merkel)¹² als auch reine Textlosungen wie Merkel muss weg¹³ sowie Textausschnitte aus journalistischen Beiträgen und Kommentaren, die mit Losungen arbeiten, wie Mehr Schweiger, weniger Seehofer¹⁴. Hier wird ein populärer Schauspieler als Vertreter der Seite für mehr Willkommenskultur einem Politiker als Vertreter der Gegenansicht gegenübergestellt.

Verbale Losungen lassen sich einteilen in Ein-Wort-Losungen wie Asylmafia¹⁵ oder Liebe¹⁶, Wortgruppen-Losungen wie Wahrheit statt Lügenpresse¹⁷ oder Herz statt Hetze¹⁸, Satz-Losungen wie Sachsen bleibt deutsch¹⁹ oder kein mensch ist illegal²⁰ sowie Text-Losungen, die aus mehreren Sätzen bestehen wie US-Bomben auf Afrika und wir machen Willkommenskultur?! Bestraft die Verbrecher²¹ oder Wir sind das Volk. N'Scheiss seid ihr!²². Eine besondere Art der Losungen sind die Namen-Losungen bzw. deonymisierte Losungen wie z.B. PEGIDA auf einem Demonstrationsschild²³. Sowohl die Wörter als auch die Wortgruppen und Sätze haben, wenn sie als Losung funktionieren, häufig die grammatische Form der Aufforderung, und als Signale werden

⁴ <http://www.gmx.net>.

⁵ <http://www.spiegel.de>.

⁶ <https://de.yahoo.com>.

⁷ <http://www.zeit.de>.

⁸ <http://www.tatjanafesterling.de>.

⁹ SPON 22.10.2015.

¹⁰ ZEIT 06.01.2015.

¹¹ SPON 20.10.2015.

¹² SPON 12.11.2015, Foto.

¹³ SPON 13.10.2015, Foto.

¹⁴ SPON 22.07.2015, Lobo, Kolumne.

¹⁵ SPON 13.10.2015, Foto.

¹⁶ GMX 20.10.2015, Foto.

¹⁷ SPON 23.12.2015, Foto.

¹⁸ ARD 20.10.2015, TV-Beitrag.

¹⁹ SPON 06.01.2015, Foto.

²⁰ SPON 24.07.2015, Foto, Künstlergruppe „Dies irae“.

²¹ SPON 22.10.2015, Foto.

²² GMX 20.10.2015, Foto.

²³ SPON 28.07.2015, Foto.

Verben im Imperativ, Ausrufezeichen oder die besonders beliebten Code-Wörter „(an) statt“ oder „kein“ verwendet: Sorgen von Bundesbürgern ernst nehmen anstatt zu stigmatisieren²⁴, Kein Veedel für Rassismus²⁵.

Unter den verbalen Losungen befinden sich außerdem auffällig viele feste Wendungen wie [Das Leben ist ein] geben und nehmen²⁶ und aus der Vergangenheit lernen²⁷, geflügelte Worte wie Das Boot ist voll!²⁸, Dem Volk aufs Maul schauen ist gut, ihm nach dem Mund reden ist falsch²⁹, Zitate wie Der Schoß ist fruchtbar noch... [aus dem dies kroch]³⁰ oder Denk ich an Deutschland in der Nacht, Dann bin ich um den Schlaf gebracht. Ich kann nicht mehr die Augen schließen, Und meine heißen Tränen fließen (Heinrich Heine)³¹ und bearbeitete Sprichwörter/Parömien wie Wer den deutschen Herbst verschläft wird im arabischen Frühling erwachen³².

Losungen funktionieren besonders gut mit politischen und ideologischen Schlag- bzw. Schlüsselwörtern (Ideologismen)³³. Hierbei kann unterschieden werden zwischen so genannten Fahnenwörtern als Symbolwörter der Identifikation³⁴ wie *Einwanderungsquote* in der Losung *Einwanderungsquote durch Volksentscheid* (Ja oder Nein)³⁵ und *Refugee* in der Losung *Refugeeswelcome*³⁶ und Stigmawörtern als Symbolwörter der Diskreditierung wie *Lügenpresse* in der Losung *Lügenpresse...* (Halt die Fresse)³⁷ und *Rassisten* in der Losung *Licht aus für Rassisten*³⁸. Diese Losung wurde Anfang 2015 aktuell, als die PEGIDA-Demonstrationen in den Großstädten Deutschlands immer häufiger wurden und immer mehr Zulauf erhielten und als Kommunen, Energieversorger und andere Institutionen begannen, in bestimmten Städten die Bestrahlung von Kirchen, Plätze und Brücken abzuschalten³⁹.

Zudem gibt es auch Wörter, die als ideologische Leerformel⁴⁰ im Diskurs sowohl als Fahnen- wie auch als Stigmawort verwendet werden können, z.B. der als Schlagwort verwendete Name *PEGIDA* in den Losungen *Im Herzen Pegida*⁴¹ bzw. *Tu was gegen Rechts!* und *PEGIDA-Versteher*⁴². Die Schlagwörter wie auch Bild-Symbole dienen vor allem auch der plakativen und direkten Kennzeichnung des ideologischen Hintergrunds einer Losung. Hinter einer Losung mit einem solchen Schlagwort können sich die Anhänger bestimmter Meinungen wie hinter Fahnen oder Standarten versammeln.

²⁴ ZEIT 29.07.2015, Kommentar im Forum.

²⁵ ZEIT 06.01.2015, Beitrag, Guldner, „Veedel“ ist in Köln die Bezeichnung für ein Stadtviertel.

²⁶ SPON 22.07.2015, Kommentar im Forum.

²⁷ SPON 22.07.2015, Kommentar im Forum.

²⁸ SPON 22.10.2016, Foto.

²⁹ ZEIT 19.02.2015, Beitrag, Winkler.

³⁰ SPON 22.07.2015, Kommentar im Forum.

³¹ SPON 22.10.2015, Foto.

³² SPON 13.10.2015, Foto.

³³ Vgl. dazu auch Becker 2005, 375–376; Biermann, Haase 2013, 15; Niehr 2012, 241–256.

³⁴ Zum Konzept der Fahnenwörter vgl. Panagl 1998.

³⁵ SPON 28.08.2015, Foto.

³⁶ SPON 24.07.2015, Foto.

³⁷ SPON 12.01.2015, Beitrag, Skrobala.

³⁸ SPON 06.01.2015, Foto.

³⁹ <http://www.zeit.de/gesellschaft/zeitgeschehen/2015-01/pegida-baergida-koegida-dresden-berlin-koeln>.

⁴⁰ Vgl. dazu Dieckmann (1975, 72 und 1967, 154).

⁴¹ www.tatjanafesterling.de, 09.11.2015, Foto.

⁴² SPON 09.11.2015, Foto.

Jedem politisch Bewanderten ist sofort klar, wer hier spricht, in welche politische Gruppe er gehört, was seine Meinung zum aktuellen Thema ist und wie er diese Meinung überbringt (emotional, expressiv oder pathetisch), da diese Lexik über die politischen Gruppierungen hinweg in der Sprachgemeinschaft bekannt sind. Im Diskurs über den Umgang mit der Ankunft von Menschen, die in Deutschland Schutz und Hilfe suchen, markieren Symbole und Schlagwörter vor allem die Meinungen und Meinungsträger für die Willkommenskultur wie etwa ein durchgestrichenes Hakenkreuz⁴³ und *Fremdenhass* in der Losung Wir sind kein Bühnenbild für Fremdenhass. Ihre Semperoper⁴⁴ oder gegen die Willkommenskultur wie die durchgestrichene Moschee auf einem Schild⁴⁵ und die Schlagwörter *Volksverräter* oder *Asylmissbrauch* in der Losung Schluß mit Asylmißbrauch und Überfremdung! Wehrt euch⁴⁶.

Der Inhalt einer Losung ist eng mit dem Meinungsbild und dem ideologischen Hintergrund ihres Absenders und Adressaten verbunden, er entsteht in der Zuordnung der Losung zum sprachlichen und außersprachlichen Kontext des Diskurses. Die semantische Eigenschaft der politischen Lexik vieler Losungen ist im Wesentlichen die Vagheit, d.h. sie haben eine weitgespannte Bedeutung. Die Unschärfe der Bedeutung, ihre Abstraktheit und Komplexität machen sie attraktiv für die unterschiedlichsten Diskurse und Ideologien⁴⁷. Manche Graffiti wie etwa Widerstand, Widerstand⁴⁸ und Seid dagegen⁴⁹, die nicht von Demonstrationen oder aus bestimmten Internet-Kontexten stammen, lassen sich ohne den Kontext nicht einordnen und der Inhalt erklärt sich dem Adressaten ohne Kontext nur unvollständig.

Zum Inhalt gehören auch die Konnotationen eines Wortes, das die Losung stilistisch färbt und somit Emotionalität und Expressivität transportiert. Es gibt gerade in der aktuellen Auseinandersetzung viele Losungen, die Schimpfwörter enthalten und somit beleidigend sind, wie Lügenpresse... Halt die Fresse, Politikerpack⁵⁰, Alle zusammen gegen die Dummen⁵¹ oder Alle Menschen sind Ausländer. Fast überall. Rassisten sind Arschlöcher. Überall⁵². Vor allem im Netz, in dem der Urheber einer Losung anonym bleiben kann, aber immer häufiger auch auf Straßendemonstrationen nehmen die beleidigenden und offen Hass verbreitenden Losungen zu. Neben diesen expressiven Losungen stehen Losungen in einem sehr literarischen Stil mit bildungssprachlichen oder archaischen Wörtern. Dazu gehören insbesondere die Zitate, etwa aus der Bibel wie Was du tust bedenke das Ende⁵³ oder von deutschen Dichtern wie das Brecht-Zitat Der Schoß ist fruchtbar noch... [aus dem dies kroch]. Diese Losungen transportieren nicht nur die Aussage zur Politik, sondern verweisen auch wie nebenbei auf die Bildung des Losungsträgers. Natürlich sind die Herkunft eines Zitates oder die Bedeutung vieler Wörter dem Empfänger nicht immer bekannt. Doch der hohe Stil der Sprache und die

⁴³ SPON 20.10.2015, Foto.

⁴⁴ SPON 20.10.2015, Foto.

⁴⁵ SPON 13.10.2015, Foto.

⁴⁶ ZDF 21.10.2015, TV-Beitrag.

⁴⁷ Dieckmann 1975, 61–70; S. dazu auch Greiffenhagen 1980, 28–31.

⁴⁸ SPON 20.10.2015, Beitrag.

⁴⁹ SPON 22.07.2015, Beitrag, Lobo.

⁵⁰ SPON 13.10.2015, Foto.

⁵¹ ZEIT 06.01.2015, Beitrag, Guldner.

⁵² SPON 24.07.2015, Foto, Künstlergruppe „Dies irae“.

⁵³ SPON 22.10.2015, Foto.

unbekannten Wörter wirken auf ihre Art anziehend auf diejenigen Menschen, die die Losung erreichen soll.

Um den Inhalt der Losung möglichst erfolgreich an den Adressaten zu bringen und um außer den Anhängern der eigenen politischen Meinung auch das Interesse und Zustimmung die in der gesamten Bevölkerung zu gewinnen, muss die Losung mit den Mitteln der Werbung verpackt sein. Hier haben sich in der Geschichte der öffentlichen politischen Diskurse bestimmte Strategien bewährt, die auch heute noch Anwendung finden und die auch die Bildung der Beispiellosungen aus dem Diskurs um die Flüchtlinge bestimmt haben. Auf die Mittel folgender Strategien wurde bei der Auswahl der Losungen von beiden Meinungsgruppen zurückgegriffen:

1. die direkte Ansprache des Adressaten,
2. die Verwendung einer pathetischen Wortwahl oder,
3. einer expressiven Wortwahl,
4. die Pauschalisierung von Fakten,
5. die Verbreitung falscher Tatsachen oder Übertreibung,
6. die Verwendung von vertrauten Mustern politischer Losungen, von populären Zitaten und Wendungen,
7. das Wortspiel und die kreative Veränderung der Muster, Zitate und Wendungen.

Die direkte Ansprache wird durch Ausrufe und Aufforderungen gefördert und findet sich in Losungen wie Tu was gegen Rechts! Und PEGIDA-Versteher und Schluss mit Lug und Trug! Mut zur Wahrheit!⁵⁴. Insbesondere die Vielzahl der Ausrufezeichen in Losungen und der verwendeten Imperativformen verstärken die symbolische Lautstärke der Ansprache. Angesprochen werden die potenziellen und realen Anhänger aber nicht nur direkt, sondern auch über den Umweg der Ansprache an den politischen Gegner: Merkel gohome⁵⁵ oder Hirn einschalten Rassismus ausschalten⁵⁶.

Pathos wird mit den Losungen durch einen gehobenen Stil, wie in Dem deutschen Volke⁵⁷ und Wehre(t) den Anfängen⁵⁸, aber auch durch das Stilmittel der Übertreibung in der Wortwahl – durch die so genannte Hyperbel – wie in Überfremdung ist Völkermord⁵⁹ und Grenzenlose Solidarität statt Nationalismus und rassistische Hetze!⁶⁰ verbreitet. Das erste Beispiel zitiert die Aufschrift auf dem Deutschen Reichstag und verwendet veraltete grammatische Formen. Dem Urheber der Losung aber geht es hier darum, dass die Politik nur den ethnisch Deutschen dienen solle. Sehr pathetisch klingt auch das zweite Beispiel. Das Ovid-Zitat wurde vor allem nach dem zweiten Weltkrieg zu einem geflügelten Wort im deutschsprachigen politischen Diskurs.

Immer häufiger lässt sich auf den Losungen aller Parteien – sowohl im Netz wie auch auf Straßendemonstrationen – eine expressive, d.h. meist beleidigende und offen hetzende Wortwahl beobachten, wie in der Losung Stop Asylbetrüger! Jeder ist einer zuviel! Go home! Nowelcome! Abschieben! Schnauze voll⁶¹ oder in den Losungen Wir

⁵⁴ SPON 22.10.2015, Foto.

⁵⁵ GMX 21.10.2015, Foto.

⁵⁶ SPON 24.07.2015, Foto, Künstlergruppe „Dies irae“.

⁵⁷ GMX 26.08.2015, Foto.

⁵⁸ SPON 22.07.2015, Kommentar im Forum.

⁵⁹ SPON 12.11.2015, Foto.

⁶⁰ SPON 28.07.2015, Foto.

⁶¹ SPON 13.10.2016, Foto.

sind das Volk. N'Scheiss seid ihr!! und Ihr seid alle Moppelkotze⁶². Mittlerweile versucht der Staat auch mit rechtlichen Mitteln gegen verbale Gewalt vorzugehen, etwa in Fällen der offenen Gewaltandrohung wie in der Losung No Asyl OB Jung wir kriegen dich⁶³ oder in der Losung Reserviert Siegmar „das Pack“ Gabrielneben dem Symbol eines Galgens⁶⁴. Während die eine Losung den Leipziger Oberbürgermeister Jung bedroht, spielt die andere Losung auf die Beschimpfung der Gegner der Willkommenskultur mit dem Ausdruck „Pack“ durch den Bundesminister und SPD-Vorsitzenden Sigmar Gabriel an.

Die Aussagen, die durch die Losungen getroffen werden, sind oft generalisierend und lassen keinen Raum für die Kompliziertheit der Wirklichkeit. Sie bieten dementsprechend nur halbe oder oberflächliche Wahrheiten bzw. Allgemeinplätze statt Lösungen an. Vor allem Bildlosungen und die Verwendung von Symbolen wie durchgestrichene Hakenkreuze, Moscheen und Politikerinnen⁶⁵ oder Politikerinnen mit dem islamischen Kopftuch⁶⁶ lassen diese Eindimensionalität erkennen. Aber auch verbale Losungen wie Deutschland den Deutschen⁶⁷, Köln ist für alle und Köln – eine Heimat für jeden⁶⁸, Dresden für alle⁶⁹, Dresden ist nicht friedlich⁷⁰, Gegen Medien-Hetze⁷¹, Verräterin⁷², Überfremdung⁷³ oder Kartoffeln statt Döner⁷⁴ machen pauschale Aussagen, die weder verifizierbar sind, noch auf ihren Wahrheitsgehalt überprüft werden sollen. Diese Pauschalisierungen stehen selbst als Symbol für ganz andere Aussagen wie etwa „Ich bin gegen die Flüchtlingspolitik“ oder „Ich bin für die Flüchtlingspolitik“.

Durch die oben angesprochene Übertreibung und die Generalisierung von Aussagen werden als Pseudoargumentationen in Lösungsform offensichtlich falsche Tatsachen verbreitet. Diese Strategie, die eigene Meinung für oder gegen das Gewähren von Asyl, möglichst effektiv an die Adressaten zu bringen, nutzen ebenfalls beide Seiten der Auseinandersetzung. In der Losung Bundesregierung u[nd]. Justiz kriechen ISLAM in den A[rsch]⁷⁵. wird suggeriert, der Staat fördere den Islam als Religion oder den Islamismus als militante Bewegung, obwohl das Gegenteil der Fall ist. Asylflut stoppen⁷⁶ und An Merkel und Co.! Wieviel ISIS und Terror stecken in 1.500.00 Schein-Asylanten⁷⁷ malen das Bild der Überflutung Deutschlands mit Flüchtlingen und/oder Terroristen. Elisabeth Wehling schreibt dazu, dass die Debatte durch Schlagwörter einer Weltsicht dominiert wird, die Werte wie Eigeninteresse, Selbstdisziplin und Wettbewerb betont und Werte wie Empathie, Kooperation und Gemeinschaftssinn ablehnt. Durch

⁶² ZEIT 06.01.2015, Foto.

⁶³ ARD 20.10.2016, TV-Beitrag.

⁶⁴ SPON 13.10.2015, Foto.

⁶⁵ SPON 12.11.2016, Foto: Angela Merkel.

⁶⁶ SPON 22.10.2016, Foto: Angela Merkel.

⁶⁷ SPON 22.07.2015, Kommentar im Forum.

⁶⁸ Beide ZEIT 06.01.2015, Beitrag, Guldner.

⁶⁹ ARD 21.10.2015, TV-Beitrag.

⁷⁰ SPON 22.08.2015, Foto, Graffiti.

⁷¹ SPON 12.11.2015, Foto.

⁷² SPON 27.08.2015, Foto.

⁷³ SPON 12.01.2015, Beitrag, Skrobala.

⁷⁴ ZEIT 06.01.2015, Beitrag, Guldner.

⁷⁵ SPON 23.12.2015, Foto.

⁷⁶ SPON 22.08.2015, Foto.

⁷⁷ SPON 23.10.2015, Foto.

Losungswörter wie *Flüchtlingsstrom* sind Flüchtende „keine Opfer, sondern eine Bedrohung. Opfer der Situation sind Deutschland und Europa – ihnen droht, überflutet zu werden. Und sie sind somit aufgerufen, zugleich Helden zu sein. Und zwar Helden der Selbststrettung“⁷⁸. Auf der anderen Seite wird durch Losungen wie „Nazis essen heimlich Falafel“⁷⁹ der Gegner lächerlich gemacht, indem behauptet wird, er würde sich scheinheilig verhalten, Wasser predigen und heimlich Wein trinken.

Besonders wirkungsmächtig ist die Verwendung und Transformation von vertrauten sprachlichen Mustern im politischen Losungskrieg und der Rückgriff auf erfolgreiche Losungen vergangener Diskurse. Refugeesgohome⁸⁰ verwendet z.B. das in der zweiten Hälfte des zwanzigsten Jahrhunderts häufig gegen die US-Amerikaner verwendete *gohome* im Sinne von „haut ab“. Auch Deutschland den Deutschen „Multi-Kulti“ Nein danke!⁸¹ und vor allem Wir sind das Volk⁸² zitieren bekannte Losungen aus den Diskursen des zwanzigsten Jahrhunderts, Herz statt Hetze, Leipzig bleibt rot⁸³ und Licht aus für Rassistendagegen nutzen nur die in der Vergangenheit beliebten Modelle mit *statt*, *bleibt* oder *Licht aus für*. Eine Besonderheit ist dabei die Verwendung oder Umwandlung von populären Zitaten wie z.B. des Titels eines in der rechten Szene beliebten Buches: Wer von der Lüge lebt, muß die Wahrheit fürchten⁸⁴. Auch das berühmte Merkel-Zitat vom 31. August 2015, ein von der deutschen Bundeskanzlerin Angela Merkel auf einer Bundespressekonferenz in Hinblick auf die Flüchtlingskrise in Europa ab 2015 – wahrscheinlich in Anlehnung an Barack Obamas „Yes we can!“ – geäußerter Ausspruch, findet sich in einer Losung wieder: Wir schaffen das!⁸⁵. Die Losung kein Mensch ist illegal erinnert an den Artikel 1 der Menschenrechtsdeklaration der UNO von 1948, in der es heißt: „Alle Menschen sind frei und gleich an Würde und Rechten geboren.“

Interessant ist auch die Strategie, mit der Losung Fahnenwörter und Losungsmuster des politischen Gegners aufzugreifen und umzuwandeln wie *Diktatur* in der Losung Keine 3. Diktatur in Deutschland⁸⁶, *Respekt*, *Toleranz* in der Losung Respekt und Toleranz auch unserem Volk⁸⁷, *welcome* in der Losung Nowelcome⁸⁸, *Multikulti* in der Losung Mutti Multikulti⁸⁹, *Leitkultur* in der Losung So geht sächsisch. Neue deutsche Leitkultur⁹⁰ oder *Nationalbewusstsein* in der Losung Wer kein Selbstbewusstsein hat, braucht ein Nationalbewusstsein⁹¹. Entweder werden diese Fahnenwörter verneint, gegen den politischen Gegner verwendet oder in einer satirisch umgeformten Losung des vorherigen Inhalts beraubt. Dabei möchte ich noch einmal auf den semantischen Leerformel-Charakter vieler politischer Schlagwörter und Ideologismen verweisen, wie

⁷⁸ <http://www.spiegel.de/politik/deutschland/das-falsche-reden-ueber-fluechtlinge-gastbeitrag-a-1082396.html>.

⁷⁹ SPON 24.07.2015, Foto, Künstlergruppe „Dies irae“.

⁸⁰ SPON 13.10.2015, Foto.

⁸¹ ZDF 20.10.2015, TV-Beitrag.

⁸² SPON 12.01.2015, Beitrag, Skrobala.

⁸³ SPON 12.12.2015, Foto.

⁸⁴ www.tatjanafesterling.de 09.11.2015, Foto.

⁸⁵ WDR 12.11.2015, TV-Beitrag.

⁸⁶ SPON 22.10.2015, Foto.

⁸⁷ SPON 06.01.2015, Foto.

⁸⁸ SPON 13.10.2015, Foto.

⁸⁹ SPON 22.10.2015, Foto.

⁹⁰ SPON 28.07.2015, Foto.

⁹¹ SPON 24.07.2015, Foto, Künstlergruppe „Dies irae“.

z.B. *Diktatur* oder *Toleranz*, deren semantischer Kern ohne Kontext keine eindeutige ideologische Zuordnung zulässt.

Und schließlich begegnen dem Beobachter viele Wortspiele unter den verbalen Losungen, aber auch Verse und sprachliche Muster aus der vertrauten TV-Werbung. Um ein Wortspiel handelt es sich etwa bei der Losung *Es ist deutsch in Kaltland*⁹², die auf die emotionale Kälte und die vielen Gegner der Willkommenskultur in Deutschland anspielt. Die Losung *Dresden braucht nichts von der „Stange“*⁹³ nutzt die Homonymie des Wortes *Stange* in der festen Wendung *von der Stange* „Konfektionsware, Vorgefertigtes und Durchschnittliches“ und des Namens der Kandidatin mehrerer linker Parteien zur Dresdner Oberbürgermeisterwahl 2015, Eva-Maria Stange. Die Losung *Mutter Terroresia alias Hells Angela...* in dem epochalen Flüchtlingsdrama: *Kinderlein kommet! Kinder ich komme!*⁹⁴ spielt ebenfalls mit der formalen Ähnlichkeit von Wörtern und Namen, zudem wird hier die Ankündigung von einem Filmdrama parodiert. Die Losung *National Stasi Agency in Amerika wetrust*⁹⁵ stellt durch die Transformation des Namens den US-amerikanischen Nachrichtendienst in die Nähe der in Deutschland sehr negativ bewerteten ehemaligen DDR-Geheimpolizei.

Manche Losungen transformieren bekannte und verbreitete Aphorismen in Versform: *Der größte Lump im ganzen Land das ist und bleibt der Denunziant!*⁹⁶, *Der Fuchs ist schlau und stellt sich dumm. Der Nazi macht es andersrum*⁹⁷. Auch Sprüche und Slogans aus der Werbung bzw. deren Modelle werden in der politischen Auseinandersetzung wiederverwertet, wie *NPD Natürlich deutsch*⁹⁸, *NPD Verboten gut*⁹⁹, *Open yourmindStopRacism!*¹⁰⁰.

Fazit

Die Losung ist eine besondere sprachliche Einheit, die vor allem die direkte Ansprache des Adressaten zum Ziel hat. Bei der Analyse von Losungen aus dem Internet und von Demonstrationen auf der Straße im Rahmen einer politischen Auseinandersetzung zu einem Thema ist zubeobachten, dass die sprachlichen Mittel, um dieses Ziel zu erreichen, sich unabhängig vom ideologischen Kontext und vom speziellen politischen Inhalt einer Losung gleichen. Bei der Bildung einer erfolgreichen Losung – egal welcher Partei – werden dieselben sprachlichen und stilistischen Strategien verfolgt. Als Ergebnis der Gegenüberstellung von Losungen für und gegen die deutsche Willkommenskultur aus dem Jahre 2015 lässt sich feststellen, dass ihre Befürworter und Gegner auf gleiche Weise versuchen, die Adressaten in der direkten Ansprache, mit pathetischer oder expressiver Wortwahl, mit Allgemeinplätzen, oberflächlichen, pauschalen und übertriebenen Aussagen, falschen Tatsachen, mit vertrauten Mustern, populären Zitaten und Wendungen, aber auch mit kreativen Wortspielen und Transformationen von Zitaten und Wendungen zu erreichen.

⁹² SPON 25.08.2015, Foto.

⁹³ www.tatjanafesterling.de 09.11.2015, Foto.

⁹⁴ ARD 21.10.2015, TV-Beitrag.

⁹⁵ SPON 13.10.2015, Foto.

⁹⁶ www.tatjanafesterling.de 09.11.2015, Foto.

⁹⁷ SPON 24.07.2015, Foto, Künstlergruppe „Dies irae“.

⁹⁸ ZDF 21.10.2015, TV-Beitrag.

⁹⁹ ZDF 21.10.2015, TV-Beitrag.

¹⁰⁰ SPON 28.07.2015, Foto.

LITERATURE

- Becker, J.M. 2001: Semantische Variabilität der russischen politischen Lexik im zwanzigsten Jahrhundert. *Slavistische Beiträge* 404. München.
- Becker, J.M. 2005: Unwörter und Wörter des Krieges – Politik, Kritik und Wissenschaft. In: M. Alekseenko (hg.), *Grani slova. Sbornik naučnych statej k 65-letiju prof. V.M. Mokienko*. Moskau, 370–377.
- Biermann, K., Haase, M. 2013: *Sprachlügen – Unworte und Neusprech von ‚Atomruine‘ bis ‚zeitnah‘*.
- Dieckmann, W. 1967: Kritische Bemerkungen zum sprachlichen Ost-West-Problem. *Zeitschrift für deutsche Sprache* 23/2, 136–165.
- Dieckmann, W. 1967: *Sprache in der Politik. Einführung in die Pragmatik und Semantik der politischen Sprache*.
- Greiffenhagen, M. 1980: *Kampf um Wörter? Politische Begriffe im Meinungsstreit*.
- Kämper, H., Kilian, J. 2012: *Wort – Begriff – Diskurs: deutscher Wortschatz und europäische Semantik*. Bremen.
- Klein, J. 2005: „Grundwortschatz“ der Demokratie. In: J. Kilian (hg.), *Sprache und Politik. Deutsch im demokratischen Staat*. Mannheim, 128–140.
- Niehr, Th. 2012: Möglichkeiten und Grenzen internationaler Schlagwortforschung. In: H. Kämper, J. Kilian, *Wort – Begriff – Diskurs: deutscher Wortschatz und europäische Semantik*. Bremen, 241–256.
- Panagl, O. (Hg.) 1998: *Fahnenwörter der Politik. Kontinuitäten und Brüche*. Wien.

SLOGANS AND POSTERS FROM AN ACTUAL PUBLIC DISCOURSE IN GERMANY IN 2015

Joern-Martin Becker

Ernst-Moritz-Arndt-University of Greifswald, Germany,
 jmbecker@uni-greifswald.de

Abstract. In 2015, just one topic was highly current and predominant in German media and public and private discussions. People were talking about how to handle the arriving of people from war and crisis zones in the Near and Middle East as well as the attempts to find refuge in Germany. On the one hand, the discussion was on the official German refugee politics and, on the other hand, on the private help by a large number of Germans and German organizations, which was marked, in a positive as well as in a negatively ironic way, as welcoming culture in Germany. For the current study I have collected slogans and symbols from the internet, e-papers and public TV in 2015, which express the supportive and opposed opinion about the German welcoming culture in this discourse. A comparative analysis of internet slogans on a political topic and demonstrations in public shows that language tools, if seen independently from the ideological context and political content, are equal. They represent a special linguistic unit, which directly address people. Successful slogans from all political camps are created by particular strategies to reach the right audience. These are mainly: direct address, pathetic or expressive vocabulary, generalizations, use of wrong facts and known patterns of slogans, use of popular citations, idioms and winged words, creative puns and transformations of citations and idioms.

Key words: slogan, poster, political discourse, political vocabulary, chunk of language, citation, proverb, Willkommenskultur (welcoming culture)



DIE POLITISCHE LAUFBAHN EINES SPRICHWORTS: *HEUTE ROT, MORGEN TOT**

B. Kaiser

Грайфсвальдский университет им. Эрнста Морица Арндта, Грайфсвальд,
bet-kaiser@web.de

Аннотация. Большинство наших пословиц возникло уже в эпоху Средневековья. Для некоторых из них время общеизвестности и употребительности прошло¹. Их можно найти только в старой литературе или в исторических собраниях пословиц². Другие же до сих пор употребляются в современной речи. Одно из таких активных выражений – немецкая пословица *Heute rot, morgen tot* (букв. ‘Сегодня красный, завтра умерший’). Кроме исследования вопроса о происхождении пословицы, о старых вариантах и иноязычных эквивалентах и параллелях, в статье автор обращает внимание на влияние общественного развития на использование, форму и образ пословицы.

Красный цвет традиционно являлся символом любви, войны или признаком здоровья (румяное лицо), свежести и молодости³, в конце же XVIII в. пословица стала реализовываться в фокусе политически мотивированного языка. В XX в. появились антипословицы – юмористические или сатирические трансформации пословиц. Этот процесс наглядно показывается в статье на конкретных примерах. Автор делает вывод, что трансформации продолжаются в современном политическом дискурсе. И борьба с терроризмом при помощи контроля средств массовой коммуникации, и возрастающая миграция в Западную Европу являются поводом для новых трансформаций существующих паремий.

Ключевые слова: немецкая пословица, трансформация, политический язык, красный

Einleitung

Das Sprichwort *Heute rot, morgen tot* ist eine Transformation des Biblizismus *Heute König, morgen tot*, der aus dem Buch Sirach stammt: „Eine leichte Krankheit – der Arzt scherzt; und doch heißt’s: Heute König, morgen tot!“⁴. Mit der Wendung wird zum Ausdruck gebracht, dass das Leben oft schnell zu Ende gehen kann⁵. Das Sprichwort

Кайзер Беттина – аспирант института славистики университета им. Эрнста-Морица-Арндта.
E-mail: bet-kaiser@web.de

* Dieser Beitrag basiert auf dem Vortrag „Пословица идет в политику: Heute rot, morgen tot – Сегодня красный, завтра умерший.“, gehalten im Rahmen des internationalen Symposiums „Германия – Россия: Вербальные и визуальные средства современного публицистического дискурса“, vom 5–9 Juni 2016 in Greifswald und veröffentlicht in der dazugehörigen Monographie: Кайзер 2016.

¹ Mieder 2013, 11.

² Mieder 2013, 11.

³ Grimm, Grimm 1893/14, 1293.

⁴ Bibel, Sirach, 10, 11–12; Slavonic Bible, CD-Rom, 2006, Berlin.

⁵ Wahrig-Burgfeind 2011, 1244.

wird verwendet, um den unerwarteten Tod einer Person zu kommentieren⁶. „Mit «rot» ist in [...] [diesem Sprichwort] die frische, gesunde Rötung der Wangen gemeint“⁷. Die Röte im Gesicht ist ein „Zeichen der Gesundheit“⁸, rote Wangen gelten als Zeichen der Frische, Jugend und Schönheit⁹.

Schon im Spätmittelalter wurden erste Varianten des Sprichworts schriftlich fixiert: mittelhochdeutsch *Der hiute ist schoene unde klâr, der ist morgen missevâr unt der erden gliche, Wer heut lebt, der stirbet morn*¹⁰.

Es variiert bereits bis ins 19. Jahrhundert zahlreich, z. B. *Heute rot, gesund und stark, morgen hässlich, krank und im Sarg* (букв. ‘Сегодня красный, здоровый и сильный, завтра некрасивый, нездоровый и в гробу’), *Heute wacker, morgen auf dem Gottesacker* (букв. ‘Сегодня бодрый, а завтра на кладбище’), *Heut stark, morgen im Sarg* (букв. ‘Сегодня крепкий, завтра в гробу’) oder *Heute Blume, morgen Heu*¹¹ (букв. ‘Сегодня цветок, завтра сено’), wobei diese Varianten heute jedoch weniger gebräuchlich sind¹².

Parallelen und Äquivalente des Sprichworts findet man in zahlreichen europäischen Sprachen, z. B. englisch *Today gold, tomorrow dust; Here today and gone tomorrow*, französisch *Aujourd’hui en chère, demain en bière*, spanisch *Hoy en figura, у mañana en sepultura*, russisch *Сегодня живой, а завтра святой; Сегодня в порфире, а завтра в могиле; Нынче – жив, а завтра – жил; Нынче – жив, а завтра – поминай как звали*, weißrussisch *Сягоння жием, а заўтра гніем*, ukrainisch *Сьогодні жив, а завтра згнив*, polnisch *Dzisiaj żyję, jutro gnijem; Dziś zdrowy, jutro do śmierci gotowy; Dziś wojewoda, a jutro kloda; Dziś kwitniemy, jutro gnijemy*, italienisch *Oggi in figura, doman in sepultura*, tschechisch *Clověk dnes, a zítra černá země*, kroatisch *Danas jesmo, a sjutra njesmo*, holländisch *Heden rood morgen dood*, dänisch *I dag rød, i morgen død; I dag mig, i morgen dig* oder schwedisch *Idag en konung, i morgen dödh*¹³.

Im XVIII. Jahrhundert rückte das Sprichwort durch einen neuen metaphorischen Gebrauch der Farbe *Rot* in den Fokus der politisch motivierten Sprache. Durch die Jakobiner, die während der Französischen Revolution „rote Mützen und rote Fahnen als Zeichen ihrer radikalen revolutionären Gesinnung trugen“¹⁴, entwickelte sich *rot* zum „Symbol für Aufstand und Freiheitskampf“¹⁵. „Diese Symbolik weitete sich später auf die Arbeiterbewegung und die Sozialdemokratie, aber auch auf den Kommunismus und den Sozialismus aus“¹⁶. Insbesondere im XX. Jahrhundert beeinflusste diese neue übertragene Bedeutung der Farbe *Rot* die deutsche Umgangssprache und wurde in Phraseologismen aufgegriffen: z. B. *rot angehaucht sein* (букв. ‘быть одухотворенным красным’), “dem Kommunismus zuneigend“¹⁷, *rot eingefärbt* (букв. ‘окра-

⁶ Duden 2013/11, 615.

⁷ Duden 2013/11, 615.

⁸ Grimm, Grimm 1893/14, 1293.

⁹ Grimm, Grimm 1893/14, 1293.

¹⁰ Wander 1870, 637.

¹¹ Wander 1880, 1438; 1870, 635, 637.

¹² Walter, Mokienko 2011, 202.

¹³ Walter, Mokienko 2011, 202–203; Wander 1870, 635, 637, 1496; 1873, 1741.

¹⁴ Kaufmann 2006, 277.

¹⁵ Kaufmann 2006, 277.

¹⁶ Kaufmann 2006, 277.

¹⁷ Küpper 1997, 376.

шен в красный цвет') „sozialistisch“¹⁸ oder *rote Socke* (букв. 'красный носок'), ein im Politikjargon üblicher Begriff, um eine Person zu bezeichnen, die „in der DDR, besonders als Funktionär der SED, dem herrschenden Regime gedient hat“¹⁹.

In der Mitte des XX. Jahrhunderts wurde das Sprichwort *Heute rot, morgen tot* in der DDR (Deutsche Demokratische Republik) zu einer politischen Parole, um die Abneigung gegen die herrschende Sozialistische Einheitspartei (SED) zum Ausdruck zu bringen. Als Reaktion des Protestes tauchte nach dem Mauerbau 1961 im Osten Deutschlands neben Parolen wie „SED – nee“ oder „Nieder mit der SED“ auch „Heute rot – morgen tot“ als Losung an Wänden auf²⁰. Nach der Wiedervereinigung traf auch die 1990 aus der SED hervorgegangene PDS (Partei des Demokratischen Sozialismus) dieser Ausdruck der Ablehnung: „Der PDS-Stadtvorstand Erfurt hat am Mittwoch in den frühen Morgenstunden «mehrere rechtsextremistische Drohanrufe» erhalten. Es handle sich um «eindeutige Einschüchterungsversuche gegenüber der PDS» <...> In einem weiteren Anruf habe es geheißen: «**Heute rot – morgen tot**»“²¹ (букв. 'Городское правление партии ПДС в Эрфурте получило в ранние утренние часы в среду многочисленные правоэкстремистские телефонные звонки с угрозами. Речь идет о попытках запугивания по отношению к партии ПДС. В другом звонке было сказано: «**Сегодня красный, завтра мертвый**»').

Daneben wurde das Sprichwort in den vergangenen Jahren wiederholt nicht nur in deutschen Medien verwendet, um als eingängiger Slogan auf die Gefahr von potentiell tödlichem Hautkrebs durch ungeschütztes Sonnen hinzuweisen: „Nicht ohne Grund lauten die Schlagzeilen grosser Magazine: «**Heute rot, morgen tot**» oder «Zellen in Panik». Hintergrund dieser Dramatisierung ist die Warnung der Ärzte vor den staendig steigenden Folgen exzessiven Besonnens: Hautkrebs“²² (букв. 'Не без причины заголовки больших журналов гласят: «**Сегодня красный, завтра умерший**» или «клетки в панике». Закулисная сторона этой драматизации – предостережение врачей о постоянно повышающихся последствиях чрезмерного загорания – рака кожи'); „**Heute rot, morgen tot: Das hört man in Down Under öfter. Zwei von drei Australiern erkranken mindestens einmal im Leben an Hautkrebs, etwa 1.500 pro Jahr sterben daran**“²³ (букв. 'Сегодня красный, завтра умерший, говорят часто в Австралии. Двое из трех австралийцев по крайней мере один раз в жизни заболевают раком кожи, около 1.500 в год умирают от этого').

Lieber tot als rot

Aus dem Sprichwort *Heute rot, morgen tot* entstand das Antispruchwort *Lieber tot als rot* (букв. 'Лучше быть мертвым, чем красным'). *Rot* steht hier als Farbe der sozialistischen bzw. kommunistischen Partei und Gesinnung. Schon im faschistischen Deutschland der 1930er Jahre wurden erste ähnliche Wendungen schriftlich fixiert²⁴.

¹⁸ Küpper 1997, 376.

¹⁹ Duden 2013/11, 92.

²⁰ Sälter, <http://www.bpb.de/geschichte/deutsche-einheit/deutsche-teilung-deutsche-einheit/55855/reaktionen-auf-den-mauerbau?p=all>

²¹ Erfurt bedroht. Neues Deutschland, <http://www.neues-deutschland.de/ausgabe/1997-03-20>

²² Pollmeier, Pollmeier, <http://www.thailand-interaktiv.de/index.php?opencat=fitness&kategorie=Sonnenbaden&artid=1001839483>

²³ Stummer, http://www.deutschlandfunk.de/ozonloch-australien-versucht-seine-haut-zu-retten.724.de.html?dram:article_id=294701

²⁴ Walter, Mokienko 2011, 202.

Joseph Goebbels, Reichsminister für Volksaufklärung und Propaganda, nutzte das Antispruchwort *Lieber tot als rot* als antikommunistische Parole, die er in der von ihm betriebenen Radiostation „Radio Werwolf“ neben einem „Schwall neuer Schlagworte“²⁵, wie z. B. „je stärker der Sturm, desto härter der Widerstand“²⁶ oder „der Endsieg ist unser“²⁷, angesichts der drohenden Niederlage zur Motivation der Deutschen zum Kampf bis zum Letzten verbreitete. Während des Kalten Krieges diente es auch in anderen Ländern als antikommunistischer Slogan.

In der zweiten Hälfte des XX. Jahrhunderts entstanden humoristische Transformationen des Antispruchworts *Lieber tot als rot*: „*Lieber am Hungertuch nagen als mit Hammer und Sichel essen*“²⁸ (букв. ‘Лучше грызть сукно от голода, чем есть молотком и серпом’) oder „*Lieber am Hummertuch nagen, als mit Hammer und Sichel essen*“²⁹ (букв. ‘Лучше грызть сукно лобстера, чем есть молотком и серпом’).

Der Redakteur David Berger transformierte es nach den Bundestagswahlen in Deutschland 2013 satirisch zu: „*Lieber tot als grün! Better dead than green*“³⁰ (букв. ‘Лучше быть мертвым, чем зеленым’) mit dem Zusatz „David Berger FDP-Mitglied“³¹. Damit spielte er auf die Ergebnisse der Bundestagswahl 2013 an, bei denen die FDP (Freie Demokratische Partei) nur 4,8 % der Stimmen erhielt und das erste Mal seit Gründung der Bundesrepublik nicht im Bundestag vertreten war. Grün symbolisiert die Partei Bündnis 90/Die Grünen.

Lieber rot als tot

In pazifistischer Intention wurde das als antikommunistische Parole gebrauchte Antispruchwort *Lieber tot als rot* in der zweiten Hälfte des XX. Jahrhunderts zu dem Slogan *Lieber rot als tot* (букв. ‘Лучше быть красным, чем мертвым’) transformiert. *Rot* bedeutet in dieser Wendung „unter sowjetischer Herrschaft“³². Während der Kubakrise im Oktober 1962 verwendete John F. Kennedy angesichts der möglichen Folgen einer atomaren Auseinandersetzung zwischen den USA und der Sowjetunion dieses geflügelte Wort: „*Während der Kuba-Krise sagte er <...> er würde seine Kinder «lieber rot als tot sehen»*“³³ (букв. ‘Во время кубинского кризиса Джон Кеннеди сказал, что он видел бы своих детей **лучше красными, чем мертвыми**’).

Das Bonner Friedensforum publizierte in den 1980er Jahren den Wellerismus „*Lieber rot als tot! ...sagte der Hummer, bevor er in den Kochtopf kam*“³⁴ (букв. ‘**Лучше быть красным, чем мертвым!** ...сказал лобстер, перед тем, как попасть в кастрюлю’).

Auch aktuelle politische Entwicklungen geben Anlass zu neuen Transformationen. Nach den Terroranschlägen in den USA am 11. September 2001 flammte weltweit die Diskussion über die Bekämpfung des Terrorismus durch stärkere Überwachung der

²⁵ Trees, Whiting 1982, 236.

²⁶ Trees, Whiting 1982, 236.

²⁷ Trees, Whiting 1982, 236.

²⁸ Näser Allerlei Nonsens-, Anti-, Demo-Sprüche und sonstige Weisheiten. 2000, <http://staff-www.uni-marburg.de/~naeser/sponti.htm>.

²⁹ Spiegelei6, <http://spiegelei.twoday.net/stories/2417841>.

³⁰ Berger, <https://bergersatire.wordpress.com/category/german-federal-election-2013/page/6>.

³¹ Berger, <https://bergersatire.wordpress.com/category/german-federal-election-2013/page/6>.

³² Schröder, <https://web.archive.org/web/20071229072446/http://www.rotary-witten.de/schroeder.htm>.

³³ Isringhaus, <http://www.rp-online.de/panorama/john-f-kennedys-geliebte-packt-aus-aid-1.2705417>.

³⁴ Bonner Friedensforum, http://www.europeana.eu/portal/record/2022026/11088_DBD2B38A_3337_4A14_9ADE_8E1B1319D16B.html.

Kommunikation auf. Zu den Gegnern dieser Entwicklung gehörte der schwedische Informationstechnologe und Journalist Pär Ström. Er merkte kritisch an, dass diese Pauschalüberwachung von Internet und Telefon eine Einschränkung der Privatsphäre und der Bürgerrechte des Einzelnen darstelle³⁵. Obwohl das Problem des Terrorismus nicht zu verharmlosen sei, so werde doch gestützt durch Politik und Medien den Menschen vermittelt, dass „Terroristen ein tödliches Risiko im täglichen Leben“³⁶ und Überwachungsmaßnahmen dieses Ausmaßes eine notwendige Schutzmaßnahme seien³⁷, die untrennbar mit zunehmenden Einschränkungen der Freiheit der Privatsphäre verbunden sind. „Während des Kalten Krieges prägten diejenigen, die nicht zur Verteidigung der Freiheit bereit waren, das eingängige Schlagwort: «Lieber rot als tot». Auch wenn es diesbezüglich noch keine offizielle Verlautbarung gibt, könnte dieses Schlagwort auf die Gegenwart übertragen lauten: «*Lieber ohne Privatsphäre als tot*»“³⁸ (букв. ‘Лучше без личной сферы, чем быть мертвым’).

Fazit

Der tschechische Schriftsteller Vaclav Vlk transformierte 2015 die Wendung *Lieber rot als tot* zu „*better Putin than a Muslim*“³⁹ (букв. ‘Лучше Путин, чем мусульманин’). Er sieht infolge der zunehmenden muslimischen Migration nach Europa in den letzten Jahren die Grenzen der multikulturellen Gesellschaft und von Integration geprägter, westeuropäischer Politik erreicht⁴⁰. Vlk meint, dass Länder wie Tschechien, Serbien, Bulgarien oder Slowenien, die in ihrem nationalen Interesse im Laufe der Geschichte bereits in ihrer politischen Ausrichtung zwischen Ost und West oszillierten, sich daher momentan wieder mehr nach Osten, d.h. an Russland, orientierten⁴¹.

LITERATURE

- Кайзер, Б. 2016: Ein Sprichwort geht in die politik: *Heute rot, morgen tot*. In: X. Вальтер (отв. ред.), *Германия – Россия: Вербальные и визуальные средства современного публицистического дискурса: колл. монография*. Грайфсвальд, 30–35.
- Duden 2013: *Redewendungen. Wörterbuch der deutschen Idiomatik: Mehr als 10 000 feste Wendungen, Redensarten und Sprichwörter*. Hrsg. Dudenredaktion. 4., neu bearb. und akt. Auflage. Band 11. Berlin [u. a.].
- Grimm, J., Grimm, W. 1893: *Deutsches Wörterbuch*. Band 14. R – Schiefe.

³⁵ Ström, <http://webarchiv.bundestag.de/archive/2010/0824/dasparlament/2006/34-35/Titelseite/002.html>.

³⁶ Ström, <http://webarchiv.bundestag.de/archive/2010/0824/dasparlament/2006/34-35/Titelseite/002.html>.

³⁷ Ström, <http://webarchiv.bundestag.de/archive/2010/0824/dasparlament/2006/34-35/Titelseite/002.html>.

³⁸ Ström, <http://webarchiv.bundestag.de/archive/2010/0824/dasparlament/2006/34-35/Titelseite/002.html>.

³⁹ Goble, <http://euromaidanpress.com/2015/08/06/for-some-in-europe-better-red-than-dead-has-become-better-putin-than-a-muslim-czech-says>.

⁴⁰ Goble, <http://euromaidanpress.com/2015/08/06/for-some-in-europe-better-red-than-dead-has-become-better-putin-than-a-muslim-czech-says>.

⁴¹ Goble, <http://euromaidanpress.com/2015/08/06/for-some-in-europe-better-red-than-dead-has-become-better-putin-than-a-muslim-czech-says>.

- Kaufmann, C. 2006: *Zur Semantik der Farbadjektive rosa, pink und rot. Eine korpusbasierte Vergleichsuntersuchung anhand des Farbträgerkonzepts: Inaugural-Dissertation zur Erlangung des Doktorgrades der Philosophie an der Ludwig-Maximilians-Universität München*. München.
- Küpper, H. 1997: *Wörterbuch der deutschen Umgangssprache*. Stuttgart–Mieder, W. 2003: *English Proverbs. Fremdsprachentexte Englisch. Reclams Universal-Bibliothek Nr. 9235*. Bibliographisch erg. Ausgabe. Ditzingen.
- Trees, W., Whiting, Ch. 1982: *Unternehmen Karneval: der Werwolf-Mord an Aachens Oberbürgermeister Oppenhoff* 1. Auflage. Aachen.
- Wahrig-Burgfeind, R. 2011: *Brockhaus. Wahrig. Deutsches Wörterbuch: Mit einem Lexikon der Sprachlehre* 9, vollst. neu bearb. und akt. Auflage. Gütersloh.
- Walter, H., Mokienko, V. 2011: *(K)ein Buch mit sieben Siegeln. Historisch-etymologische Skizzen zur deutschen Phraseologie*. Hrsg.: Ernst-Moritz-Arndt-Universität, Philosophische Fakultät, Institut für Fremdsprachliche Philologien-Slawistik. Greifswald.
- Wander, K.F.W. (Hrsg.) 1870: *Deutsches Sprichwörter-Lexikon. Ein Hausschatz für das deutsche*. Leipzig. Volk. 2. Band. Gott bis Lehren.
- Wander, K.F.W. (Hrsg.) 1873: *Deutsches Sprichwörter-Lexikon. Ein Hausschatz für das deutsche*. Leipzig. Volk. 3. Band. Lehrer bis Satte (der).
- Wander, K.F.W. (Hrsg.) 1880: *Deutsches Sprichwörter-Lexikon. Ein Hausschatz für das deutsche*. Leipzig. Volk. 5. Band. Weib bis Zwug. Zusätze und Ergänzungen.

THE POLITICAL CAREER OF A PROVERB HEUTE ROT, MORGEN TOT

Bettina Kaiser

Ernst-Moritz-Arndt-University of Greifswald, Germany,
bet-kaiser@web.de

Abstract. The majority of our proverbs are of medieval origin. For most of them, the time of active use has finished and they remain existent only as cold relics within the historic collections of proverbs⁴². Some proverbs, however, remain actively used until today. Among them is the examined German proverb *Heute rot, morgen tot* (lit.: today red, tomorrow dead). This work is focused (besides an investigation into origin, variants and foreign-language parallels) on depicting the effects of societal change in use and appearance of the proverb. The metaphoric use of the color word *red*, which has traditionally been linked to love, blood, or blush, thus symbolizing health, youth, or briskness⁴³, has been extended by an additional political symbolism during the late 18th century. Thereby, the proverb became a part of politically motivated language.

During the 20th century anti-proverbs emerged which have been transformed ironically and satirically. It becomes obvious that the process of transformation has been taking place within the political discourse until today. Even currently discussed topics, such as the increased surveillance of communication or the growing Muslim migration to Western Europe may trigger novel transformation.

Key words: German proverb, transformation, political language, red

⁴² vgl. Mieder 2013, 11.

⁴³ vgl. Grimm, Grimm 1893/14, 1293.



Problemy istorii, filologii, kul'tury
3 (2016), 119–127
© The Author(s) 2016

Проблемы истории, филологии, культуры
3 (2016), 119–127
©Автор(ы) 2016

KIEZDEUTSCH И ЯЗЫК ГЁТЕ – ДВЕ ВЕЩИ НЕСОВМЕСТИМЫЕ?

(к вопросу о влиянии молодежного сленга
на немецкий литературный язык)

Е.А. Морозов

*Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова,
Магнитогорск,
buddenbroki@mail.ru*

Аннотация. В статье рассматривается Kiezdeutsch – сленг мультиэтнических районов крупных городов Германии – и ставится вопрос о его влиянии на литературную норму немецкого языка. На протяжении последних десятилетий оживленные дискуссии на эту тему ведут не только ученые-лингвисты, но и немецкие средства массовой информации, блогеры и рядовые обыватели. Активно обсуждается появление «нового» молодежного языка, который служит языком общения не только для представителей этнических меньшинств, но и для немецких подростков, для молодых людей смешанных этнических групп. Kiezdeutsch – следствие происходящих в языке и культуре изменений: процессов интернационализации и глобализации, растущего лингвистического, социального и культурного плюрализма. Автор рассматривает основные лексико-семантические и стилистические черты сленга, анализирует особенности его функционирования через грамматическую составляющую, приводит доказательства того, что Kiezdeutsch расширяет возможности стандартного немецкого. При этом он воспринимается молодежью не как сниженный язык, а претендует на статус диалекта со своей особой лексикой и грамматикой, семантическим полем. В статье приводятся различные мнения ученых-лингвистов и журналистов о влиянии Kiezdeutsch на немецкий литературный язык. Лингвисты борются с предрассудками, утверждая, что речь идет вовсе не об изуродованном, примитивном немецком языке, носители которого просто не умеют «правильно» говорить по-немецки. Ведь ни один немецкий диалект не рассматривается как неудачная попытка овладеть литературным немецким языком. Тем не менее существование Kiezdeutsch порождает проблему, которую озвучивают СМИ: неумение, а может, и нежелание молодых людей овладевать грамотным литературным языком.

Ключевые слова: Германия, Kiezdeutsch, сленг, молодежный язык, языковая норма, грамматика, стандартный язык, лингвистика

Введение

В последние десятилетия лингвисты активно переключились с изучения письменного языка на исследование и анализ языка непосредственного живого общения. «Разговорный язык – это в некотором смысле минимальная система на-

Морозов Евгений Александрович – кандидат филологических наук, доцент кафедры романо-германской филологии и перевода Магнитогорского государственного технического университета им. Г.И. Носова. E-mail: buddenbroki@mail.ru

ционального языка, филогенетически и онтогенетически первичная система, важнейшая по диапазону общественной и индивидуальной значимости»¹. Изучение разговорной речи исключительно важно потому, что «разговорный язык является единственным истинным языком и нормой оценки всех прочих форм речи»². Kiezdeutsch выходит за рамки молодежного общения, в последнее время он расширяет границы употребления, а потому проникает в публицистику, становится объектом исследования ученых-лингвистов и даже социологов.

Проблемы современной немецкой молодежи подробно проанализировал в своем исследовании Х. Райндерс³. Одной из тем для размышления ученого послужил сленг, через который молодые люди идентифицируют себя в качестве самостоятельных личностей. Сегодня юношество становится объектом не только социологии и политологии, но и медийного, и собственно лингвистического интереса. Не случайно в кругу немецких ученых относительно молодежи применяются термины «Medienereignis» («событие, достойное для освещения в медиа») и «Forschungsereignis» («событие, достойное научного исследования»). Ранее мы обращались к истории развития молодежного языка в Германии⁴. Лингвистическую составляющую (по большей части грамматику) молодежного языка рассматривали в своих работах М.В. Петрова⁵, Х. Визе⁶. Через язык молодые люди выстраивают свое социальное знание о мире, конструируют социальную реальность.

Начиная вести разговор о сленге (от англ. slang), мы принимаем во внимание оба определения, зафиксированные в немецком толковом словаре «Duden»: «1. (oft abwertend) nachlässige, oft fehlerhafte, saloppe Ausdrucksweise (чаще уничиж. Неряшливый, неаккуратный, зачастую с ошибками, способ выражения мысли). 2. Ausdrucksweise bestimmter sozialer, beruflicher o. ä. Gruppen; Fachjargon (способ общения определенных социальных, профессиональных и т.п. групп)»⁷. В русском языке толкования слова сленг близки указанным выше (ср. «1. Речь социально или профессионально обособленной группы; жаргон. 2. Элементы речи, не совпадающие с нормой литературного языка (обычно экспрессивно окрашенные)»)⁸, но первое значение в немецком языке имеет ярко выраженную негативную окраску. Здесь необходимо добавить, что сленг, как правило, не подразумевает строгой формальной регламентации и отражает живое развитие разговорной речи. Он возникает у молодежи, которая стремится противопоставить себя не столько старшему поколению, сколько официальной системе.

Молодежный сленг немцев не случайно носит название Kiezdeutsch (досл. 'немецкий язык жилых кварталов'). Его особенность состоит в том, что он развивается в тех районах немецких городов, где совместно проживают представители разных народов с различными культурами и языками. В связи с этим к данному

¹ Скребнев 1985, 87.

² Балли 2009, 17.

³ Reinders 2005.

⁴ Морозов 2016.

⁵ Петрова 2014.

⁶ Wiese 2012.

⁷ <http://www.duden.de/rechtschreibung/Slang>.

⁸ Кузнецов (ред.), <http://www.gramota.ru/slovari/dic/?word=%D1%81%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%B3&all=x>

сленгу применяется термин «мультиэтнолект»⁹. Наибольшее влияние на создание Kiezdeutsch оказали молодые люди турецкого и арабского происхождения¹⁰. Но сегодня сленг служит языком общения подрастающего поколения Германии не только мусульманского, но и христианского происхождения.

В СМИ, в различных комеди-шоу Kiezdeutsch, называемый еще *Kanak Sprak*¹¹, представляется как язык с многочисленными грамматическими ошибками. Поэтому в открытых дискуссиях, устраиваемых на телевидении, с одной стороны, высказывается опасение, что такой «ломаный немецкий» способен наложить определенный отпечаток на литературный, стандартный язык; с другой стороны, Kiezdeutsch рассматривается как язык, способный привнести интересные языковые новшества¹². Наряду с грамматическими упрощениями Kiezdeutsch в определенной степени тяготеет к языковому «творчеству» и грамматическим инновациям. Например, в нем очень часто встречаются заимствованные слова не только из английского, но и из турецкого и арабского языков, таким образом, происходит уход от строгой в плане набора слов нормированности, возникают новые выражения и новые грамматические конструкции. Эти Kiezdeutsch-элементы – речевой источник стандартного немецкого, способный расширять его коммуникативные возможности. Однако в комедийных шоу, где используется стилизация под Kiezdeutsch, раскрываются только слабые стороны сленга, что формирует представление о нем, как о языке, на котором можно только сквернословить и оскорблять.

Для расшифровки значений, своеобразного перевода слов и выражений на «понятный» для остального (немолодого) населения Германии язык даже создан интернет-словарь «*Wörterbuch der deutschen Umgangssprache*»¹³, в котором можно найти зафиксированные единицы и их толкование. Например, фраза *Was guckst du? Bin isch Kino?* (букв. «Что уставился? Я что – фильм?») – *Что уставился? Я тебе что, картинка что ли?* Существительное *Kino* в молодежном сленге используется как прилагательное и обозначает «привлекающий внимание при достаточно недружелюбном отношении к другому». Кроме того, произношение местоимения я как *isch* («иш») вместо *ich* («их») – умышленный уход от фонетических правил стандартного немецкого языка. Фраза *Isch mach disch Messer!* (досл. «Я делаю тебя ножом») – *Я убью тебя!* – очень распространенное и любимое выражение молодых людей, произносимое как в случае угрозы, так и в ироническом ключе, ср.: *Ey, pass auf was du über meine Mutter sagst oder isch mach disch Messer!* – *Следи за тем, что ты говоришь о моей матери, или я тебя убью!* В подобной ситуации вполне приемлемо звучала бы фраза *Ich mach dich fertig!* – *Тебе конец/крышка!*

Лингвисты не видят в молодежном сленге прямую угрозу стандартному языку, хотя уже официально признают, что Kiezdeutsch имеет право на жизнь, и через развитие собственных структур и образцов он приводит к языковому многообразию: возникает оригинальная вариативность молодежного немецкого языка, в котором появляются новые формы и новые устойчивые фразы. Особенность Kiezdeutsch заключается в том, что многие иностранцы, говорящие на нем, также

⁹ Hinnenkamp 2005; Keim 2007; Auer 2003.

¹⁰ Androutsopoulos 2001.

¹¹ Füglein 2000.

¹² Wiese 2012.

¹³ <http://www.mundmische.de>.

в процессе коммуникации используют и классический немецкий, и свой родной язык. Например, молодым людям нравится с друзьями говорить на Kiezdeutsch, при этом со своей бабушкой они говорят на курдском, с дедушкой или тетей – на арабском, а с отцом, который преподает в университете, – на немецком. В результате Kiezdeutsch регулярно пополняется новыми (применительно к этому сленгу – окказиональными) единицами из разных языков; он становится наиболее динамично функционирующей разновидностью немецкого языка, в которой мы можем проследить, словно в замедленной съемке, его развитие.

Kiezdeutsch упрощает грамматические варианты, которые предлагает стандартный немецкий. В этой связи молодежный сленг правильнее воспринимать, наряду с существующими в Германии диалектами, как новую социальную разновидность, нежели как отклонение от литературного немецкого языка. Он имеет уже свои собственные признаки и в области произношения, и в грамматической системе, и в словарном запасе. На самом деле Kiezdeutsch не представляет опасности для литературного языка. Проблема заключается в том, что молодые люди, использующие в своей речи Kiezdeutsch и региональные диалекты (например, баварский), не в полной мере владеют классическим языком; они не осознают, что именно нормированный национальный язык играет важную роль при профессиональном становлении или в дальнейшей общественной деятельности.

Очень любопытно мнение профессора Потсдамского университета г-жи Хайке Визе, высказанное немецкому журналу «Die Welt»¹⁴. Она рассматривает Kiezdeutsch как диалект в современном значении. На Kiezdeutsch говорят на всех урбанистических пространствах, когда речь заходит о больших городах, где процветает многоязычное окружение. Типичными признаками этого языка, считает проф. Хайке Визе, являются следующие: 1) небольшое влияние других языков, которое реализуется в произношении и новых словах; 2) семантическое поле Kiezdeutsch сокращается или расширяется через новые значения уже известных слов. Например, в стандартном немецком каждому известно предложение типа *Ich hab' mir so 'n Kleid gekauft* (Я купил себе **вот такое** платье). В Kiezdeutsch местоимение *so* встречается в совершенно другом семантическом окружении, ср.: *Lass uns so Görlitzer Park gehen!*; *Die is so blond so!* – *Давайте же пойдём в Гёрлицкий парк!*; *Она же блондинка!*. В этих предложениях *so* не переводится и, на первый взгляд, не имеет никакого смысла, но тем не менее играет весьма важную роль. При более тщательном рассмотрении понимаешь, что *so* всегда ставится перед словами, несущими новую, очень важную информацию в предложении (рема). В стандартном немецком языке это решается через ударение и интонацию.

Кроме того, в Kiezdeutsch очень распространено такое явление, как растворение/слияние слов. Например, конструкции *Lassma* (Давайте), *Musstu* (Ты должен) и *Ischschwör* (Я клянусь), возникшие путем объединения (*Lass + uns mal*, *Musst + du*, *Ich + schwöre*), сегодня общеизвестны и используются как устойчивые. *Ischschwör* теперь не имеет ничего общего с глаголом *schwören* (клясться), а играет роль небольшого усилительного компонента для привлечения внимания в начале и в конце диалога. Например, фраза *Ischwör Alter, war so* означает *Смоудово, старик, это было так*, а шутливая реплика *Ey, Alda, isch schwör, die von*

¹⁴ „Musstu“ „Ischschwör“, http://www.welt.de/welt_print/article3888478/Musstu-Ischschworer.html.

die Gymnasium sin voll bescheuert, isch hab heut gesehn die rechnen mit Buchstaben! переводится как *Старик, смотри, они от этой гимназии совсем с ума сошли, я сегодня видел, как они считали буквами!*

Сегодня не только для ученых Германии Kiezdeutsch становится объектом лингвистического исследования. Понимая, что национальная идентичность – это прежде всего идентичность через язык и что утрата языка приведет к автоматической ликвидации самой национальной идентичности, СМИ также обращают особое внимание на Kiezdeutsch через уместное объяснение причин использования молодежью данного сленга и оказания целенаправленного воздействия на массовое сознание, что в условиях наплыва мигрантов особенно актуально.

В центральных немецких изданиях, на телевидении и радио регулярно появляются статьи и репортажи, посвященные языку молодежи. Так, в научной рубрике одного из самых популярных немецких журналов «Spiegel» журналист Феня Менс в статье «Jugendsprache: “Was guckst du, bin isch Kino?”» («Молодежный язык: “Что уставился? Что я тебе, картинка?”»»), приглашая на разговор профессора Потсдамского университета Хайке Визе, пытается разобраться, почему в молодежной среде происходит упрощение языка, почему родители и педагоги начинают бить тревогу из-за неумения подростков общаться на Hochdeutsch, а ученые-лингвисты, наоборот, рассматривают Kiezdeutsch как новый этнодиалект¹⁵. В статье «Jugendsprache: Lass ma’ lesen, yallah!» («Молодежный язык: “Давай почитаем? Алга!”») Йенс Твихаус говорит о страхе, который испытывают немецкие пуристы: «Bei Kiezdeutsch gehen Sprachbewahrer die Wände hoch. Sie bangen um die Reinheit der Sprache Goethes oder Schillers»¹⁶ («Слыша Kiezdeutsch, “охранители” языка выстраивают стены. Они бьют тревогу за чистоту языка Гете и Шиллера»). При этом автор статьи цитирует книгу Хайке Визе, в которой приводятся некоторые наиболее интересные случаи употребления Kiezdeutsch. Например, фраза *Machst du rote Ampel!* (досл. ‘Ты делаешь красный светофор’) обозначает упрек, адресованный тому, кто переходит дорогу на красный свет, а не свидетельствует о том, что кто-то делает красный светофор. В стандартном языке эта фраза звучала бы как *Du gehst bei „rot“ über die Straße – Ты переходишь улицу на красный свет*. В Kiezdeutsch глагол *machen* (делать) получает абсолютно новое значение – ‘возмущение’ (ср. также фразу *Ich mach dich Messer!* – букв. ‘Я сделаю тебя ножом’ – *Я убью тебя!*). Во фразе *Machst du rote Ampel!* указанный глагол стоит на первом месте, что в немецком языке свидетельствует о побудительном характере предложения. Во фразе *Danach ich geh’ Schule* (Затем я пошел в школу) происходит изменение порядка слов, сказуемое занимает не классическое обязательное второе место, а из-за появления обстоятельства времени *danach* (потом, затем) переходит на третье. При этом предлог и артикль имени существительного вообще не употребляются.

Окончания, которые в стандартном немецком у прилагательных определяют род и падеж, а у глагола – лицо и число, в Kiezdeutsch полностью исчезают, ср.: *auf kein Fall* (ни в коем случае); *die Wärme aus mein Land* (тепло моей страны); *Wir kenn uns schon vom Fitness* (Мы знакомы по фитнесу); *Die deutschen*

¹⁵ <http://www.spiegel.de/wissenschaft/mensch/jugendsprache-was-guckst-du-bin-isch-kino-a-556366.html>.

¹⁶ <http://www.spiegel.de/schulspiegel/leben/jugendsprache-lass-ma-lesen-yallah-a-811877.html>.

Fußballer, die gewinnen immer in der allerletzten Minute (Немецкие футболисты, они выигрывают всегда на последней минуте).

Рассмотрим особенности использования в Kiezdeutsch заимствованных слов. Например, лексема *Abi* заимствована из арабского языка и обозначает 'отец кого-либо', но в сленге используется часто как неформальное обращение, ср.: *Abi, gib mal Handy!* – Эй ты, дай-ка сотовый! Слово *Yallah* обозначает 'давай, вперед' и достаточно часто употребляется молодежью немецкого происхождения вместо родного *Na, los!* – Давай, поехали! Также в Kiezdeutsch можно встретить заимствования из турецкого, английского языков, ср.: *Moruk, guck dir das doch mal an* – Старик, смотри сюда еще раз [*moruk* – из турецкого 'старик']; *Chill mal jetzt!* – Расслабься наконец! [*chillen* – из англ. 'расслабляться'].

Газета «Zeit», анализируя в статье «Ich geh Schule»¹⁷ состояние современного языка с оглядкой на сленг, приводит мнение лингвистов, рекомендующих ввести в школьную программу по грамматике тему «Jugendslang» («Молодежный сленг») с целью наглядно показать отличия разговорного языка от стандартного. В этой же статье приводится мнение профессора Лейпцигского университета Уве Хинрикса о том, что язык предков был намного сложнее. Сегодняшний прогноз Хинрикса заключается в том, что немецкий язык будущего станет проще, исчезнут сложные окончания, радикально упростятся грамматические правила. К такому выводу ученый пришел, на протяжении нескольких лет «вслушиваясь» в речь участников и ведущих медийных ток-шоу, политических дебатов и спортивных передач. Сам профессор не германист, а специализируется на балканских языках, и он говорит о том, что в них процессы взаимодействия сленга и литературного языка уже произошли.

На телевидении и радио с 2000-х гг. выходят передачи, посвященные спасению немецкого языка. Это трансляции на немецких образовательных телеканалах Баварии «Ist die deutsche Sprache noch zu retten?» («Можно ли еще спасти немецкий язык?») (2008), Берлина – «Kiezsprache» («Молодежный сленг») (18.06.2009), на радио – «Zur erneuten Diskussion um den Schutz der Deutsche Sprache im Grundgesetz» («Новая дискуссия в защиту немецкого языка в конституции»), «Kiez-Deutsch ist eigene Sprache» («Молодежный сленг – новый самостоятельный язык»), «Kiezdeutsch» – Ein Dialekt, der durch multiethnisches Leben entstanden ist» («Диалект, возникающий в мультиэтнической среде») (2009), «Guckst Du hier! Konkret – Jugendslangs zwischen Kult und Klischee» («Смотри сюда! Молодежный сленг между культом и клише») (2009) и др. Основная патетика указанных передач состоит в том, что общественное мнение относительно молодежного сленга разделилось: то, что в 1990-х гг. подвергалось резкой критике, сегодня представляет научный интерес и предусматривает привнесение нового в стандартный немецкий.

Приведем еще несколько примеров, когда Kiezdeutsch уже перестает быть объектом исследования и предметом опасения, а используется в речи наряду с Hochdeutsch. Так, в радиопередаче «Blue Moon» на тему «Культ» на радио «Fritz» от 19.06.2008 г. прозвучала фраза: *Ich finde, das passt wahnsinnig gut, nachdem man Pippi Langstrumpf gespielt hat, aus dem Jahre, glaub ich, 76 oder so. Wird sich der*

¹⁷ <http://www.zeit.de/2006/27/C-Kiezdeutsch/komplettansicht>.

*Chef wieder freuen*¹⁸ (Я нахожу, и это очень здорово, как это было еще в 76-м, когда играли «Пэппи-длинный чулок». Вот шеф обрадуется). Препозиция сказуемого *wird* по отношению к подлежащему *der Chef* в повествовании абсолютно неправильна для стандартного языка, но здесь она служит для усиления взаимосвязи с предыдущим предложением. В литературном языке перед сказуемым на первом месте обычно стоят соединительные слова *da* или *dann* (таким образом).

В «Tagesspiegel» от 01.09.2008 в статье об орнитологе, который специализировался на наблюдении за кукушками («Die Eier der anderen») звучит фраза: *Er hat sich ein Tarnschaf gebastelt. Kommt er näher an die Vögel ran* (Он смастерил искусственную овцу. Тем самым он может быть поближе к птицам). В предложении, где сказуемое стоит на первом месте, а после него непосредственно следует подлежащее (клитикон), выраженное местоимением, прослеживается модальность. Именно такие структуры часто встречаются в разговорном языке.

Заключение

Подводя итог сказанному, отметим, что Kiezdeutsch, приобретая статус диалекта, привносит в немецкий язык всевозможные изменения. При этом перестают работать строгие грамматические правила литературного немецкого языка (отсутствуют окончания у прилагательных и глаголов, нарушается фиксированный порядок слов), меняется семантика (в том числе из-за иноязычных вливаний). Но речь пока не идет о масштабном изменении языка. Важной остается непосредственно коммуникация на сленге, который лишен классической правильности языка. Скучность грамматических форм, наоборот, привлекает внимание лингвистов, которые видят в этом динамику развития Hochdeutsch. Средства массовой информации помогают формировать уместное объяснение использования Kiezdeutsch молодежью; этот сленг в последнее время остается в центре внимания не только ученых, журналистов, но и обывателей, которые упрощают свою речь, подчиняясь тенденции развития языка. Проблема, которая сегодня поднимается в СМИ, заключается не в том, что сленг как-то оказывает влияние на общепринятые стандарты языка, а в неумении, а может, и нежелании молодых людей овладевать грамотным литературным языком. Недаром в СМИ ввели непереволимый на русский язык термин «doppelseitige Halbsprachigkeit» (что-то вроде «неспособность владеть в совершенстве ни одним (Kiezdeutsch), ни другим языком (Hochdeutsch)»).

ЛИТЕРАТУРА

- Балли, Ш. 2009: *Французская стилистика*. М.
Кузнецов, С.А. (ред.) 1998: *Большой толковый словарь русского языка*. СПб.
Морозов, Е.А. Молодежный язык Германии: история развития от 18 века до наших дней. *Международный научно-исследовательский журнал* 6 (48). Ч. 4, 50–53.
Петрова, М.В. 2014: Кицдойч – вызов немецкой языковой норме?! (немецкая периодика о молодежном сленге Кицдойч). *Гуманитарные научные исследования: электрон-*

¹⁸ <http://www.kiezdeutsch.de/sprachlicheneuerungen.html#partikeln>.

- ный научно-практический журнал 1. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://human.snauka.ru/2014/01/5567>
- Скребнев, Ю. 1985: *Введение в коллоквиалистику*. Саратов.
- Androutsopoulos, J.K. 2001: „Ultra korregd Alder! Zur medialen Stilisierung und Popularisierung von ‘Türkendeutsch’“. *Deutsche Sprache* 4/2001, 321–339.
- Auer, P. 2003: ‚Türkenslang‘: Ein jugendsprachlicher Ethnolekt des Deutschen und seine Transformationen. In: A. Häcki-Buhofer (Hrsg.), *Spracherwerb und Lebensalter*. Tübingen, 255–264.
- Füglein, R. 2000: *Kanak Sprak. Eine ethnolinguistische Untersuchung eines Sprachphänomens im Deutschen*. Fakultät der Sprach- und Literaturwissenschaften der Universität Bamberg.
- Hinnenkamp, V. 2005: „Zwei zu bir miydi“? – Mischsprachliche Varietäten von Migrantenjugendlichen im Hybriditätsdiskurs. In: V. Hinnenkamp & K. Meng (Hrsg.), *Sprachgrenzen überspringen. Sprachliche Hybridität und polykulturelles Selbstverständnis*. Tübingen, 51–103.
- Keim, I. 2007: Social-cultural identity, communicative style, and their change over time. In: *A case study of a group of German-Turkish girls in Mannheim*. Germany, 155–186.
- Reinders, H. 2005: *Jugend. Werte. Zukunft*, https://www.bwstiftung.de/uploads/tx_news/jugend_werte_zukunft.pdf
- Wiese, H. 2012: „Kiezdeutsch“. Ein neuer Dialekt entsteht. München.

REFERENCES

- Androutsopoulos, J.K. 2001: „Ultra korregd Alder! Zur medialen Stilisierung und Popularisierung von ‘Türkendeutsch’“. *Deutsche Sprache* 4/2001, 321–339.
- Auer, P. 2003: ‚Türkenslang‘: Ein jugendsprachlicher Ethnolekt des Deutschen und seine Transformationen. In: A. Häcki-Buhofer (Hrsg.), *Spracherwerb und Lebensalter*. Tübingen, 255–264.
- Balli, Sh. 2009: *Francuzskaja stilistika*. Moscow.
- Füglein, R. 2000: *Kanak Sprak. Eine ethnolinguistische Untersuchung eines Sprachphänomens im Deutschen*. Fakultät der Sprach- und Literaturwissenschaften der Universität Bamberg.
- Hinnenkamp, V. 2005: „Zwei zu bir miydi“? – Mischsprachliche Varietäten von Migrantenjugendlichen im Hybriditätsdiskurs. In: V. Hinnenkamp & K. Meng (Hrsg.), *Sprachgrenzen überspringen. Sprachliche Hybridität und polykulturelles Selbstverständnis*. Tübingen, 51–103.
- Keim, I. 2007: Social-cultural identity, communicative style, and their change over time. In: *A case study of a group of German-Turkish girls in Mannheim*. Germany, 155–186.
- Kuznecov, S.A. (red.) 1998: *Bol'shoj tolkovyj slovar' russkogo jazyka*. Saint-Petersburg.
- Morozov, E.A. Molodezhnyj jazyk Germanii: istorija razvitija ot 18 veka do nashih dnei. *Mezhdunarodnyj nauchno-issledovatel'skij zhurnal* 6 (48). Ch. 4, 50–53.
- Petrova, M.V. 2014: Kicdojch – vyzov nemeckoj jazykovej norme?! (nemeckaja periodika o molodezhnom slenge Kicdojch). *Gumanitarnye nauchnye issledovanija: jelektronnyj nauchno-praktičeskij zhurnal* 1, <http://human.snauka.ru/2014/01/5567>
- Reinders, H. 2005: *Jugend. Werte. Zukunft*, https://www.bwstiftung.de/uploads/tx_news/jugend_werte_zukunft.pdf
- Skrebnev, Ju. 1985: *Vvedenie v kollokvialistiku*. Saratov.
- Wiese, H. 2012: „Kiezdeutsch“. Ein neuer Dialekt entsteht. München.

KIEZDEUTSCH AND GOETHE'S LANGUAGE – INCOMPATIBLE THINGS?
(Revisiting the influence of German youth slang on Hochdeutsch)

Evgeniy A. Morozov

Nosov Magnitogorsk State Technical University, Russia,
buddenbroki@mail.ru

Abstract. The article deals with German youth slang *Kiezdeutsch*. This is the language of multi-ethnic urban areas in Germany. The author studies the influence of *Kiezdeutsch* on Standard German. During the last decades, not only linguists, but also the German mass media, bloggers and ordinary people discuss the birth of a “new” youth language that is developed and used mainly by migrants, young people and teenagers with different linguistic backgrounds. *Kiezdeutsch* is the result of different changes in the German language and culture. The changes are also caused by the process of internationalization and globalization, the growing of social, linguistic and cultural pluralism. The author analyzes the main linguistic and stylistic features of the slang and its grammatical functioning. He proves that *Kiezdeutsch* broadens the existing patterns of Standard German. In this case, the slang acts not as a grammatical lowered subversion of Standard German, but pretends to the status of a dialect that has its own vocabulary, grammar and semantic field. This article gives varied opinions of linguists and journalists on *Kiezdeutsch*. Many linguists try to overcome the prejudice and claim that *Kiezdeutsch* is not a primitive, spoiled language that serves people with a low educational achievement. Moreover, not any German dialect is considered as unsuccessful attempt to master Standard German. The author concludes that now German slang cannot influence the language norms. However, there is a problem that is mentioned by the German mass media. It is the lack of education among German young people and their unwillingness to learn Hochdeutsch.

Key words: Germany, Kiezdeutsch, slang, youth language, language norm, grammar, standard language, linguistics



Problemy istorii, filologii, kul'tury
3 (2016), 128–133
© The Author(s) 2016

Проблемы истории, филологии, культуры
3 (2016), 128–133
© Автор(ы) 2016

ЛОЗУНГИ И ДЕВИЗЫ ТРЕТЬЕГО РЕЙХА И ИХ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ В НАЦИСТСКОЙ ПРОПАГАНДЕ

Л.М. Рязановский

*Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург,
tjasanowski@mail.ru*

Аннотация. В статье рассматриваются основные девизы и лозунги национал-социалистов в фашистской Германии, дается их происхождение и развитие до практического претворения в жизнь. Ряд выражений взят нацистами из христианского вокабуляра или прямо из Евангелия (*Кто не с нами, тот против нас*). Чтобы привлечь рабочих, нацистская партия в своей пропаганде, особенно вначале, использовала в том числе и лозунги социализма и рабочего движения, но перед приходом к власти антикапиталистические призывы были убраны. Однако в течение всего периода своей деятельности, с 1920-х гг. и до капитуляции, нацистская партия не только провозглашала, но и претворяла в жизнь антисемитские лозунги, как завуалированные («окончательное решение»), так и открытые, призывающие к убийству, взятые в том числе из речей Гитлера, из его книги и отраженные в плакатах, в нацистских песнях, распространяемых в СМИ. После Нюрнбергского процесса вся нацистская символика, в том числе и лозунги, были запрещены, но в разных странах возникают правозэкстремистские и неонацистские объединения, которые пытаются использовать нацистское наследие. Символы, девизы и лозунги зашифровываются, несколько видоизменяются, но суть остается та же. Фактически неофашистскими являются организация ИГИЛ и ей подобные, применяющие те же методы, что и нацисты.

Ключевые слова: лозунг, пропаганда, нацисты, окончательное решение

Введение

Одной из важнейших целей нацистской пропаганды было заставить народ одинаково думать, одинаково реагировать и выполнять все распоряжения властей. Главными заповедями пропаганды ведомства Геббельса были простота, размах и концентрация. Принцип простоты находил свое выражение, прежде всего, в стремлении избегать дискуссий¹. Участие в споре с противником может создать у слушателей впечатление о неуверенности пропагандиста, в то время как повторение одного и того же лозунга убеждает в непоколебимости и силе того, кто это делает. Размах и концентрацию «обеспечивали специально отобранные лозунги, которые вбивали в сознание населения последовательно и методично в любой

Рязановский Лев Михайлович – кандидат филологических наук, доцент кафедры немецкого языка Санкт-Петербургского государственного университета. E-mail: tjasanowski@mail.ru

¹ Галкин 1989, 341.

радиопередаче, в виде плакатов и листовок на улицах, во всех официальных речах <...> Вытаскивая коробок спичек или наклеивая марку, немецкий обыватель видел тот же знакомый лозунг»².

Например, кампания по обработке домашних хозяйек. Задача – возбудить три чувства: любовь, ненависть и гордость, любовь – к личности фюрера, ненависть – к евреям-конкурентам мужа и гордость своей принадлежностью к избранной расе, призванной повелевать миром. Женщинам, «помощницам фюрера», посвящены многочисленные плакаты – от призывов сделать карьеру на востоке: *Der Osten braucht dich* ('Ты нужна востоку') до призыва увеличивать количество детей: *Ein Volk hilft sich selbst* ('Народ помогает сам себе' – на плакате многодетная семья).

Нацистская пропаганда охватывала все области жизни Германии. При этом, особенно в начале своей деятельности, НСДАП использовала привлекательные лозунги социализма и организованного рабочего движения³. Перед приходом к власти антикапиталистические призывы стали мешать, и наиболее часто стали применяться главные девизы и лозунги национал-социалистов. Все они после Нюрнбергского процесса в Германии были запрещены для пропаганды.

Отметим следующие лозунги: *Ein Reich, ein Volk, ein Führer* ('Один рейх, один народ, один фюрер'). Этот оборот, относившийся к самым известным призывам усилить чувство общности с делом национал-социализма, особенно интенсивно использовался как агитационный лозунг к выборам в рейхстаг 1938 г. после аншлюса Австрии, когда нужно было подчеркнуть единство немцев и австрийцев, и затем регулярно появлялся на плакатах с портретом Гитлера⁴.

Предвыборным лозунгом СС был оборот *Meine Ehre heißt Treue / Unsere Ehre heißt Treue* ('Моя честь – это верность'). Авторство приписывается Гитлеру. С 1932 г. это изречение было выгравировано на пряжках всех вооруженных соединений СС. На пряжках солдат вермахта остался старый девиз „Gott mit uns” ('С нами Бог'). Традиционные добродетели *Ehre, Treue* в языке нацистской идеологии имеют специфическое значение – 'верность фюреру'.

Выражение *Blut und Ehre* ('Кровь и честь') являлось одновременно девизом и приветствием молодежной организации Гитлерюгенд. В национал-социалистическом мышлении *Blut* ('кровь') считалась центральной, биологически заряженной категорией, а также носителем расы, и при ее сохранении можно было защитить расовую чистоту, а «кровными рамками» ('*Blutsschranken*') – обеспечить «кровную общность» ('*Blutgemeinschaft*'), а посредством «кровной ценности» ('*Blutwertigkeit*') установить степень соответствия нордической расе. «Кровное знамя» ('*Blutfahne*') – это знамя со свастикой, которое несли путчисты Гитлера в 1923 г. Оно считалось освященным их кровью. С 1926 г. все партийные штандарты НСДАП подносили для освящения к «кровному знамени». В 1933 г. был учрежден «Орден крови» ('*Blutorden*') – высшая награда для членов НСДАП, пострадавших при участии в «движении»⁵.

Blut und Boden ('Кровь и почва') – один из расистских лозунгов нацистов, особенно в области аграрной политики. Этот девиз пропагандировал единство расово

² Галкин 1989, 342.

³ Галкин 1995, 12–14.

⁴ Benz, Graml, Weiß 1998, 439.

⁵ Benz, Graml, Weiß 1998, 399.

чистого населения с территорией его проживания. Такая концепция идеализировала крестьянскую жизнь, сравнивая ее с городской, и связывала это с расистскими идеями. Крестьянство представлялось в ней как оседлая германская нордическая раса, в отличие от еврейского «кочевничества» (*'Nomadentum'*). В праве наследства, по этой теории, должен быть расовый отбор. Лозунг сыграл большую пропагандистскую роль, обеспечив нацистам голоса крестьян перед захватом власти.

Многие из известных слоганов и паролей нацистов восходят к христианскому вокабуляру или прямо к Евангелию. Например, лозунг „*Wer nicht für uns ist, ist gegen uns*“ (‘Кто не с нами, тот против нас’) возник из евангельского афоризма “Кто не со Мною, тот против Меня; и кто не собирает со мною, тот расточает”⁶. В изобилии встречаются фразы из Евангелия и в речах Гитлера, например, одно из самых частотных – *Es kommt die Stunde...* (‘Придет час’)⁷.

Призыв “*Deutschland erwache!*” (‘Германия проснись!’) взят из стихотворения “*Sturmlied*” «народного» (*völkisch*) публициста антисемитского толка Д. Эккарта (Dietrich Eckart), одного из ближайших соратников Гитлера по «движению» („*Kampfzeit der Bewegung*“). С 1923 г. он фигурирует как надпись на штандартах СА⁸. Этот лозунг призывает бороться против врагов, в том числе и главным образом, – против евреев: на ряде плакатов с этой надписью изображена шестиконечная звезда. Лозунг из одного слова – „*Endlösung*“ – провозглашал «окончательное решение еврейского вопроса»: *Endlösung der jüdischen Frage*. Так национал-социалисты называли с июля 1941 г. свою цель уничтожить всех лиц еврейской национальности в Европе и в конце концов во всем мире. Эвфемизм „*Endlösung*“ маскировал понятие *холокост*. Первоначально это слово означало официальные меры по ограничению прав евреев – переселение, изгнание и т. п., как требовали немецкие антисемиты, начиная с 1880-х гг. После Нюрнбергского процесса слово употребляется в значении ‘холокост’, другие его значения становятся неактуальными. Во многих описаниях холокоста выражение цитируется: англ. *final solution*, франц. *solution finale*, в немецком употреблении – только в кавычках⁹.

Уже ранние антисемиты пропагандировали лишение евреев статуса человека, употребляя по отношению к ним зоологические метафоры, например, глаголы, обозначающие уничтожение насекомых: *vertilgen*, *ausmerzen*, *ausschalten*, *beseitigen*, *entfernen*, *unschädlich machen*, и даже *ausrotten*. Самые сильные из них в изобилии встречаются как в сочинении „*Mein Kampf*“, так и в речах Гитлера уже в 1920-х гг.: „...*Es beseelt uns die unerbittliche Entschlossenheit, das Übel an der Wurzel zu packen und mit Stumpf und Stiel auszurotten. Um unser Ziel zu erreichen, muss uns jedes Mittel recht sein, selbst wenn wir uns mit dem Teufel verbinden müssen.* («...Нас воодушевляет неумолимая решимость схватить зло за корень и выдрать его вместе со стволем и ветвями. Чтобы достигнуть нашей цели, оправдано любое средство, даже если мы должны объединиться с дьяволом») (апрель 1920 г.)¹⁰.

⁶ Берков, Мокиенко, Шулежкова 2000, 24.

⁷ Die christlichen Wurzeln des National-sozialismus, <http://www.humanist.de/kriminalmuseum/heiland2.htm>.

⁸ Benz, Graml, Weiß 1998, 429.

⁹ Wikipedia, Endlösung der Judenfrage, https://de.wikipedia.org/wiki/Endl%C3%B6sung_der_Judenfrage.

¹⁰ Wikipedia, Endlösung der Judenfrage, https://de.wikipedia.org/wiki/Endl%C3%B6sung_der_Judenfrage.

Глагол *austilgen* употребляется в еще более откровенном высказывании в интервью 1922 г.: *Wenn ich einmal wirklich an der Macht bin, dann wird die Vernichtung der Juden meine erste und wichtigste Aufgabe sein <...> bis der letzte Jude in München ausgetilgt ist <...> bis Deutschland vom letzten Juden gereinigt ist* («Как только я буду у власти, то уничтожение евреев станет моей первой и важнейшей задачей <...> пока последний еврей в Мюнхене не будет истреблен <...> пока Германия не будет очищена от последнего еврея»)¹¹.

Таким образом, «окончательное решение» являлось важнейшим элементом нацистской пропаганды. 24 ноября 1938 г. в газете-органе СС „Schwarzer Korps“ под заголовком „Juden, was nun?“, было написано: „...standen wir vor der Notwendigkeit, die jüdische Unterwelt so auszurotten, wie wir in unserer Ordnungsstaat Verbrecher auszurotten pflegen: **mit Feuer und Schwert**“ («...у нас появилась необходимость истребить еврейское отребье так, как мы обычно в нашем государстве порядка искоренением преступников: *огнем и мечом*»)¹². В этих цитатах, подобных которым можно привести множество, содержится, как минимум, три лозунга, однако большое распространение получил и, как мы увидим ниже, дожил до наших дней один из самых агрессивных лозунгов. Это выражение-проклятие *Juda verrecke*. *Juda* – греческая форма еврейского имени *Jehuda*, в Библии оно обозначает одно из 12 племен старого Израиля, а именно южное царство *Juda*, а с 100 г. до н. э. – римскую провинцию на территории бывшего царства. От названия этой области происходит слово *Juden*. Движение „Antijudaismus“ распространяется по Европе со Средних веков и в XIX в. превращается в антисемитизм. В начале века появляются лозунги: „Todesurteil für Juden“ («Смертный приговор евреям»); „Jud verreck!“ . Краткая агитационная формулировка цели современного антисемитизма XX в. – „Juda verrecke!“ – стала боевым кличем национал-социалистов. В тех же кругах появились призывы к убийству в форме лозунгов („Juden – Tod!“, „Tod den Juden!“), в словах песен („Schlag alle Juden tot, haut alle Juden tot...“) и даже в тостах. В речах Гитлера «козлы отпущения» превратились в образ врага – *jüdischer Bolschewismus* или *bolschewistischer Judentum*. Подобный образ врага служил нацистам подоплекой для провозглашения других народов недочеловеками (*Untermenschen*)¹³.

В связи со всеми последними лозунгами приведем некоторые немецкие публикации последних лет под заголовком: „Juda verrecke??? – Nein: Deutschland erwache!!!“ Во-первых, опишем карикатуру: демонстранты (явные мигранты с Востока) идут с плакатами *Tod den Juden!*; *Ofen an!*; *Die Juden ins Gas!*; *Israel Babykiller!* В стороне диалог двух немцев-зрителей:

– Мне кажется, что исламская эмиграция – это не очень хорошо для этой страны.

– А ты, оказывается нацист¹⁴.

Такая демонстрация действительно имела место 10 января 2009 г. в Дуйсбурге. Комментарий к этому событию: то, что сегодня группа людей может идти по

¹¹ Wikipedia, Endlösung der Judenfrage, https://de.wikipedia.org/wiki/Endl%C3%B6sung_der_Judenfrage.

¹² Wikipedia, Endlösung der Judenfrage, https://de.wikipedia.org/wiki/Endl%C3%B6sung_der_Judenfrage.

¹³ Pätzold, Weißbecker 2009, 196.

¹⁴ Aktuelle Karrikaturen, <https://bpeinfo.wordpress.com/2009/01/23/juda-verrecke-nein-deutschland-erwache>.

немецким (и европейским) улицам и призывать к уничтожению евреев, несколько лет назад можно было увидеть только в страшном сне. Немцы были убеждены, что *Juda verrecke* никогда не прозвучит в их стране. Тем сильнее шок оттого, что это сегодня опять возможно и даже при снисходительной поддержке левых. Правовая система и СМИ молчат. Происходит следующее:

Вариант 1. По улицам идут неонацисты с лозунгами типа «*Евреев в печи*». Полиция жестко пресекает действие и отдает виновных под суд.

Вариант 2. Идут приезжие мусульмане с теми же лозунгами, и... ничего не происходит. СМИ, в основном, молчат и пытаются все подать под рубрикой «Фольклор и культурный обмен». Какой-то диссидент выражает иное мнение и вывешивает израильский флаг на своем балконе. Тогда власти выбивают ему дверь, нарушают неприкосновенность жилища и удаляют то, что мусульманам не нравится.

Вывод: власти присоединяются к шествию антисемитов, и новый заголовок „Gestapo-Methoden der Duisburger Polizei“ характеризует действия властей. В первом заголовке призыв «*Германия, проснись!*» уже направлен против нацизма¹⁵. В описанных событиях мы видим нацистские проявления со стороны гостей, а не «своих» неонацистов, отсюда и «сверхтолерантность», наблюдаемая во время мигрантского кризиса в этом году.

В Германии и других странах официально запрещены не только нацистские лозунги, но и вся символика. С 1951 г. запрещены более 100 правых объединений с подобной символикой. Однако правые экстремисты часто применяют лозунги-коды, состоящие из цифр и комбинаций букв, например: ZOG – Zionist Okkupiet Goverment; WAR – White Arian Resistance; 18 – первая (A) и восьмая (H) буква алфавита – Adolf Hitler; 28 – вторая (B) и четвертая (H) буквы алфавита для запрещенной в Германии организации *Blood & Honor (B&H)*; 88 – восьмая буква алфавита – HH (нацистское приветствие) и масса других кодов.

Заключение

Как бы ни шифровались правые экстремисты или неонацисты, какими бы безобидными, полезными или патриотичными ни казались их девизы, эталоном для них являются нацистские лозунги. Мы рассмотрели ряд из них (военные не вошли – это тема отдельного исследования) и можем сделать вывод, что за каждым девизом, лозунгом, призывом, символом, цитатой Гитлера, Геббельса и др. стоит боевая практика подчинения всего, убийство и „Endlösung“. Всем известен конечный результат выражений *Jedem das Seine* и *Arbeit macht frei*, оказавшихся на воротах лагерей смерти. Самый же последний аналог национал-социалистов – это ИГИЛ, запрещенная в России террористическая организация, с которой ведется смертельная борьба, в том числе и с ее лозунгами, как бы они ни выглядели. Вот два из них: *Вера больше границ! Справедливость больше богатства!* Сейчас мы знаем, к чему привели подобные призывы¹⁶.

¹⁵ Aktuelle Karrikaturen, <https://bpeinfo.wordpress.com/2009/01/23/juda-verrecke-nein-deutschland-erwache>.

¹⁶ Волга 2015.

ЛИТЕРАТУРА

- Берков, В.П., Мокиенко, В.М., Шулежкова, С.Г. 2000: *Большой словарь крылатых слов русского языка*. Около 4000 ед. М.
- Волга, В.А. *Апокалипсис*. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.facebook.com/Vasiliy.volga/posts/1473363569647737>
- Галкин, А.А. 1989: *Германский фашизм*. М.
- Галкин, А.А. 1995: *Западня. Рассказ о том, что принес немецким рабочим национал-социализм*. М.
- Benz, W., Graml, H., Weiß, H. 1998: *Enzyklopädie des Nationalsozialismus*. München.
- Pätzold, K., Weißdecker, M., (red.) 2006: *Schlagwörter und Schlachtrufe. Aus zwei Jahrhunderten deutscher Geschichte*. Bd. 1, 2. Leipzig.

REFERENCES

- Benz, W., Graml, H., Weiß, H. (hrsg.) 1998: *Enzyklopädie des Nationalsozialismus*. München.
- Berkov, V.P., Mokienko, V.M., Shuleshkova, S.G. 2000: *Bol'shoi slovar' krylatykh slov russrogo yazyka*. Okolo 4000 ed. Vtoroye izdanie. Moscow.
- Galkin, A.A. 1989: *Germanskiy fashizm*. Moscow.
- Galkin, A.A. 1995: *Sapadnya. Rasskaz o tom, chto prinyos nemetskim rabochim nacional-socializm*. Moscow.
- Pätzold, K., Weißdecker, M. (red) 2006: *Schlachtwörter und Schlachtrufe. Aus zwei Jahrhunderten deutscher Geschichte*. Bd 1, 2. Leipzig.
- Volga, V.A. Apokalipsis, <https://www.facebook.com/Vasiliy.volga/posts/1473363569647737>

SLOGANS AND MOTTOES OF THE THIRD REICH AND THE WAY NAZI PROPAGANDA USED THEM

Lev M. Ryazanovskiy

Saint-Petersburg State University, Russia,
rjasanowski@mail.ru

Abstract. The article deals with main mottoes and slogans of national-socialists in fascist Germany; it examines their origin and development up to carrying them out into life. A number of expressions are taken by Nazis from Christian vocabulary or right from the Bible (e.g. "He that is not with us is against us"). In order to attract workers, the Nazi party in its propaganda, especially at the very beginning used also the slogans of socialism and working-class movement, but before its coming to power anticapitalistic slogans were taken away. However the Nazi party in the course of all the period of its activities, since the 20ies and up to capitulation converted into life anti-Semitic slogans both veiled ("final solution") and outspoken ones, calling upon to murder, taken, among others, from Hitler's speeches, from his book and reflected in the posters, in Nazi's songs, disseminated in Mass Media. After the Nuremberg process all the Nazi symbols including slogans were forbidden. But in different countries right-wing terroristic and neo - Nazi organizations spring up, which try to use the Nazi's heritage. Symbols, mottoes and slogans are codified, but the heart of the point is the same. As a matter of fact IS (Islam State) and the like organizations using the same methods as Nazi do, are neo-fascist ones.

Key words: Nazi, propaganda, slogans, mottoes, final solution



МОЛОДЕЖНЫЕ ЛОЗУНГИ И ЛОЗУНГИ ДЛЯ МОЛОДЕЖИ В СОВРЕМЕННОМ КОММУНИКАТИВНОМ ПРОСТРАНСТВЕ РОССИИ И ГЕРМАНИИ*

А.Н. Михин*, О.В. Михина**

* *Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова,
Магнитогорск,
fraz2014@yandex.ru*

** *Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова,
Магнитогорск,
olga-sinyaeva@yandex.ru*

Аннотация. Одно из самых важных направлений в работе государственных лидеров, политических партий, общественных движений современных демократических государств – это влияние на молодежь. Формирование у самой активной, энергичной части населения лояльного отношения к существующей власти, сдерживание распространения радикальных настроений, противодействие распространению экстремизма – задачи действующих правительств и партий власти. Привлечение в свои ряды «молодой крови» с целью изменения существующего положения дел, завоевание власти – задача оппозиции. Для достижения этой цели используются все доступные суггестивные средства – политическая агитация, пропаганда идей, убеждений, систем ценностей. Часть лозунгового арсенала, созданного для молодежи – части электората, в большей степени подверженной разного рода влияниям (например, интернет-пространства), или самой молодежью – наиболее креативной частью общества, стала предметом исследования в данной статье¹. Отличительные черты, присущие молодежным лозунгам и плакатам современных России и Германии, – пропаганда активной жизненной позиции, использование юмористических, откровенно провокационных приемов, материалов сексуального характера для достижения максимального эффекта воздействия на целевую аудиторию. Значительную роль в

Михин Артем Николаевич – кандидат филологических наук, старший научный сотрудник Научно-исследовательской словарной лаборатории Магнитогорского государственного технического университета им. Г.И. Носова. E-mail: fraz2014@yandex.ru

Михина Ольга Викторовна – кандидат педагогических наук, доцент кафедры романо-германской филологии и перевода Магнитогорского государственного технического университета им. Г.И. Носова. E-mail: olga-sinyaeva@yandex.ru

* Работа выполнена при поддержке Гранта РГНФ «Публицистический арсенал общественных движений в России и Германии. Вербальные средства преодоления конфликтов и достижения толерантности» (2015, № 15–24–06001а(м)).

¹ Поводом к написанию этой статьи стал доклад «Немецкие политические плакаты с периода Веймарской республики до наших дней», с которым проф. Грайфсвальдского университета Х. Вальтер выступил на международном симпозиуме «Германия – Россия: Вербальные и визуальные средства современного публицистического дискурса» 8 июня 2016 г. Некоторые из продемонстрированных им германских молодежных плакатов с согласия докладчика использованы нами в данной работе.

этом процессе играют лексика и сверхсловные образования, имеющие хождение в молодежной среде, а также интернет-атрибутика. В отличие от политических лозунгов и плакатов, ориентированных на аудиторию среднего и зрелого возрастов, где преобладает тематика стабильности, поступательного развития и исправления недочетов существующего положения дел, молодежные лозунги выглядят более радикальными, побуждающими к решительным действиям. Они характеризуются большей свободой в выборе тематики, неожиданными сочетаниями составляющих элементов агитационного продукта.

Ключевые слова: Россия, Германия, молодежь, лозунг, политика, партия, провокационность, активность, юмор, электорат

Введение

И в России, и в Германии правящие круги стремятся привлечь подрастающее поколение страны на свою сторону.

Российская партия власти отлично понимает важность вовлечения молодежи в политику, занимается формированием лояльного электората, поскольку опора на голоса избирателей зрелого возраста в рамках выборных процессов не может работать бесконечно. Так, в 2005 г. в России была образована крупная молодежная организация «Молодая Гвардия Единой России» (МГЕР). Одной из задач этого движения является стимулирование активной политической позиции у молодых россиян. Интересен выбор названия организации. В первую очередь оно рождает у человека, хоть немного знакомого с историей России, ассоциации с комсомольцами – героями Краснодона времен Великой Отечественной Войны. В политологическом аспекте – безупречный ход, поскольку такая преемственность патриотического настроя, уважение к подвигу героев, павших за Родину, вызывают бесспорное одобрение со стороны старших поколений, ставят «под одни знамена» граждан страны разных возрастов.

Компонент названия *гвардия* является своего рода комплиментом для члена указанной организации, ведь эта лексема носит в подавляющем большинстве случаев употребления положительные коннотации. «Гвардия, -и; ж. [итал. guardia]. 1. Лучшие, отборные воинские части <...> 3. Лучшая, испытанная часть какого-л. коллектива, группы»². Даже общее наименование для всех контрреволюционных сил времен Гражданской войны 1917–1922 гг. *белая гвардия*, которое продолжительное время являлось объектом нападков со стороны коммунистической пропаганды, ныне потеряло любые негативные смысловые оттенки. Несколько иначе дело обстоит с лексемами *белогвардеец* и *гвардеец*. Благодаря мировому бестселлеру А. Дюма *гвардеец* кардинала представляется существом второго сорта по отношению к королевскому мушкетеру. Многочисленные кинематографические образы советских времен сделали и *белогвардейца* малопривлекательным персонажем. При этом носитель русского языка, русской культуры чувствует, что, например, негативный отзыв о Молодой гвардии, пусть и современной, похож на святотатство. Не так обстоит дело с лексемой *гвардеец*. И вот уже неизвестный автор радуется анекдотом, появившимся сразу после создания Национальной Гвардии России в апреле 2016 г.: «После появления путинских *гвардейцев* Медведев должен создать роту мушкетеров». Однако принадлежность к *гвардии* – это почетно, названием *гвардеец* молодые люди гордятся.

² Кузнецов 2000, 196.

Современное поколение молодых людей во всем мире называют поколением Y («игрек»), поколением Миллениума, поколением «некст», «сетевым» поколением. Юноши и девушки, родившиеся после 1981 г., встретили смену веков и характеризуются глубокой вовлеченностью в цифровые технологии³.

Поколение Y не застало времени без Интернета. В век IT-технологий информация распространяется молниеносно, поэтому молодежь в большинстве своем мобильна, прагматична, амбициозна и нетерпелива. Современные молодые люди активны в поиске и передаче информации посредством различных коммуникационных систем: e-mail, sms-сообщений, социальных сетей, различных блогов, интернет-журналов и других электронных ресурсов. Но, как отмечают работодатели, это поколение «безответственно, избалованно, пассивно и несамостоятельно. Молодежь хочет получить все и сразу, но не желает напрягаться»⁴.

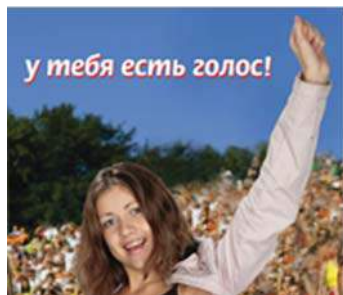
Позиция пассивного протеста, нежелания жить в рамках, поставленных старшими, что-либо делать, характерная для молодежи 1980-х гг., в основном уступила место лишенному идеологии, оптимистическому прагматизму. Нынешнее молодое поколение ориентировано на карьерный, финансовый успех. Их жизненный максимум можно свести к формуле «Карьера вместо ухода из общества».

Попытки анализа лозунгового арсенала предпринимались нами и ранее. Например, в коллективных монографиях «Публицистический арсенал общественных движений России и Германии» и «Германия – Россия: Вербальные и визуальные средства современного публицистического дискурса»⁵, мы исследовали армейские лозунги⁶, проводили сопоставительный анализ лозунгового корпуса обеих стран и его социальной составляющей⁷.

В коммуникативном пространстве Германии и России условно можно выделить несколько общих семантических доминант, характерных для лозунгов молодежных организаций.

Важнейшей из них, несомненно, является активная жизненная позиция.

Известный российский телеведущий Иван Демидов, координатор по идеологии и политической работе МГЕР, отлично понимает, что поддерживать политическую активность молодых прагматиков необходимо и какими-либо практическими выгодами. В частности, уже в июле 2007 г. он говорил, что вслед за лозунгом *Молодежь – в политику!* уже начинает маячить лозунг *Молодежь – во власть!*⁸. Такой призыв – обещание карьеры во властных государственных структурах – подталкивает амбициозную молодежь к политической активности. Лозунг *У тебя есть голос* тоже призывает к политической сознательности. На одном из популярных молодежных плакатов юная активистка с приятной внешностью, одна из тысяч



³ Поколение Y 2016, https://ru.wikipedia.org/wiki/Поколение_Y.

⁴ Фуколова 2014.

⁵ Публицистический арсенал общественных движений России и Германии 2015.

⁶ Михин, Шулежкова 2015; Шулежкова, Михин 2016.

⁷ Михина 2015; Михина 2016.

⁸ Тимошинов 2007.

(задний план), призывает принять участие в жизни страны – отдать голос в пользу некоего кандидата просто потому, что у гражданина есть такое право⁹.

Аналогичную тенденцию можно наблюдать и в немецкой публицистике, адресованной молодым людям. Молодежь в Германии энергично вступает в разного рода организации и политические союзы. Она участвует в политической жизни страны, занимает активную жизненную позицию и осознает меру ответственности за принятые решения. Так, например, на заставке Молодежного Союза Германии (Junge Union Deutschlands) написано: *Ich wähle die Freiheit! Wir wählen die Freiheit! (Я (Мы) выбираю(ем) свободу!); Für Dich. Für uns. Für Alle. (Для тебя. Для нас. Для всех); Mitmachen! (Принимай участие!)*¹⁰. Представители Федерального объединения немецких молодёжных организаций (DBJR – Deutscher Bundes-



jugendring) призывают укреплять мир и реформировать Европу: *Setzt Reformen in der EU um! (Осуществите реформы в ЕС!);* бороться за права человека, учитывать интересы молодежи, их чаяния и надежды, право голоса на выборах: *Stellt die Menschen in den Mittelpunkt! (Люди должны быть в центре внимания!); Schafft mehr Mitbestimmung! (Создайте условия для участия в принятии решений!)*¹¹. Кроме того, это объединение защищает интересы молодых беженцев, ограниченных в правах: *Gleiches Recht für alle! (Одинаковое право для всех!)*¹².

Вторая общая черта значительной части молодежного лозунгового набора Германии и России – его юмористическая окрашенность. Плакат главного художника КПРФ И. Петрыгина-Родионова с призывом *Будь с нами, друг!* вызвал жаркую дискуссию на просторах Интернета. Художнику не откажешь в чувстве юмора. Очевидно портретное сходство юноши на плакате с вождем мирового пролетариата. Образ мачо дополнен современными гаджетами, из-за его плеча выглядывает привлекательная спутница. Оба одеты в красное (стиль Коммунистической партии). По мнению секретаря ЦК КПРФ В. Соловьева, молодое поколение воспринимает образ через понятные ему символы. Это требование времени. Молодым людям, не знакомым с портретами коммунистического лидера, образ «сосовремененного» Ленина может показаться



⁹ Плакат: У тебя есть голос! 2016, <http://alexfocus.livejournal.com/30401.html>.

¹⁰ JU, <http://www.zukunftsaempfer.de>.

¹¹ DBJR, <https://www.dbjr.de/dbjr-info/artikel/detail/dbjr-vorstand-europa-ist-ohne-alternative.html>.

¹² DBJR, <https://www.dbjr.de/dbjr-info/artikel/detail/dbjr-vorstand-europa-ist-ohne-alternative.html>.

сексапильным. У старшего поколения юный мачо Ленин вызывает улыбку¹³. Политтехнологи, которые приняли участие в обсуждении лозунга на открытом интернет-форуме, считают, что главное в рекламе – «дать эмоцию». Положительная реакция аудитории не заставила себя долго ждать: ресурс изобилует положительными комментариями: «модно», «задорно», «молодежно». Лозунг был подхвачен интернет-сообществом и получил трансформации типа: *Будь с нами – лайкни нас!*¹⁴.



Провокационный лозунг с изрядной долей черного юмора мы видим и на плакате партии Республиканцев (Германия) – *Welchen Arsch wählen Sie im September?* (Какую задницу вы выберете в сентябре?). Речь идет о выборах 2013 г., когда республиканцы в ходе предвыборной борьбы заявляли, что их конкуренты от разных блоков и партий – политические невежды и обманщики: будь то красные (Социал-демократическая Партия), черные (Христианско-Демократический Союз и Христианско-Социалистический Союз), желтые (Свободная Демократическая Партия) или зеленые (Партия Зеленых), – все они не оправдывают доверия избирателя. Следствием такой агитации явился рост числа людей, игнорирующих выборы по принципу: *Alles für 'n Arsch* (груб. *Всё в ж...*) (*Всё кому под хвост*). Так республиканцы оказывали влияние на определенную часть, скорее всего, молодого электората, используя сниженную провокационную лексику, и пытаясь говорить с ним на одном языке¹⁵.

Провокационно-сексуальная символика визуального сопровождения лозунгов – еще одна общая черта российского и германского лозунгового арсенала, адресованного молодежи.

Оказать влияние на избирателей, очернить соперников, используя сниженную лексику и визуальные средства сексуальной тематики, пытаются в Германии представители левой партии Die Linke: *Mit Arsch in der Hose in den Bundestag* (букв. *С задницей в штанах – в бундестаг; Ни рожи, ни кожи, а хвостом вертит*). На плакате изображена нижняя часть спины с надписью *социалист*. Так адвокат Г. Вавцыниак вступила в борьбу, чтобы на выборах в бундестаг в 2009 г. отнять мандат у представителя партии зеленых, местной знаменитости, Х.К. Штробеле. По мнению аналитиков, она действовала непривычно, грубо и провокационно, чем и привлекла к себе внимание¹⁶.

Явно провокационны представленные плакаты с го-лой натурой.



¹³ Тищенко 2016.

¹⁴ Сайт «Полный ПЦ!», <http://ppcfail.eu/?p=183&news=3239>.

¹⁵ Die Republikaner 2013, http://www.rep-berlin.de/upload/CMS/PDF/130816_rep_PK_hintern.pdf.

¹⁶ *Mit Arsch in der Hose in den Bundestag*, <http://www.spiegel.de/fotostrecke/wahlwerbung-parolen-personen-und-diffuse-versprechen-fotostrecke-45242-3.html>.



На плакате партии социал-демократов Германии [Плакат: Eine Ehrliche Haut 1994] изображен Т. Крюгер с лозунгом: *Einer für alle* (Один за всех). Кроме того, в предложении *Eine ehrliche Haut* слово *ehrlich* выделено красным цветом, чтобы подчеркнуть значимость компонента (переводится как *добрый/честный малый*), где также угадывается провокационный намек на мужское достоинство кандидата.

На предвыборном плакате кандидата от партии «Справедливая Россия» в Молодежный парламент Свердловской области изображен полуобнаженный молодой человек¹⁷. Текст гласит: *Давай*

пойдем с тобой туда? Я буду твоим представителем в молодежном парламенте! В конце фразы *Давай пойдем с тобой туда* поставлен не восклицательный знак, что закономерно для побудительных предложений, а вопросительный, придающий этой фразе значение игривого приглашения с сексуальным подтекстом. Фотосессия остальных кандидатов из той же группы и их лозунги: *Мои стринги на политическом ринге! Сделаем политику доступной каждому!* или *Чтобы родилась справедливость, ее нужно зачать! Мы уже работаем. Ты – готов?*¹⁸ носили явно провокационно-сексуальный характер.



Плакат Молодежного союза Германии с лозунгом *Wir gehen tiefer!*¹⁹ (Мы пойдем глубже) и соответствующим изображением имеет также эротическую окраску, хотя представители союза объясняют замысел символическим значением: глубже в политику... Для лозунга из этой же серии *Sex am Arbeitsplatz ist geil* (Секс на рабочем месте – круто) довольно сложно найти другое значение, кроме прямого (заниматься сексом на рабочем месте – престижно, приятно), но это и не

обязательно. Достаточно того, что рядом с изображением, притягивающим взгляд, вызывающим приятные эмоции у зрителя, фигурирует название рекламируемого политического движения. Sex sells – вполне устоявшееся понятие в области маркетинга, которое обозначает использование сексуальных образов или их элементов для привлечения внимания покупателя к какому-либо товару с целью увеличить объемы продаж. В предвыборных политических технологиях эти элементы используют для привлечения голосов избирателей.

Лозунги, призывающие молодежь к политической активности, содержат лексические компоненты, бытующие в разговорной речи, сленге, жаргоне целевой аудитории. Так агитатор пытается говорить с реципиентом на одном языке. Напри-

¹⁷ Плакат: Давай пойдем с тобой туда?, <http://polit.reactor.cc/post/1067313>.

¹⁸ Плакат: Давай пойдем с тобой туда?, <http://polit.reactor.cc/post/1067313>.

¹⁹ Плакат: Wir gehen tiefer!, <http://images.google.de/imgres?imgurl=http://cdn1.spiegel.de/images/image-612530-galleryV9-mptw-612530.jpg&imgrefurl=http://www.spiegel.de/fotostrecke/machtkampf-in-der-ju-maennlich-ledig>.



мер, русские лозунги *Голосуй! Не комплексуй!*²⁰; *Издато для мужчин*²¹ и немецкий *Cool bleiben und Kanzlerin wählen* (*Оставаться крутым и выбрать канцлеришу*)²².

В лозунгах молодежных объединений находят свое выражение и атрибутика цифровых технологий, например, хэштеги: *Интернет-лозунг*

#СветНаш побил новые рекорды, этот хэштег стали употреблять не только жители Крыма и России, но и политики. Стоит отметить, что он явно напоминает *#КрымНаш*²³; *Entdecke den #Zukunftskämpfer in Dir!* (*Открой в себе борца за будущее!*) и реалии современного мира – селфи: *Mach mit bei unserer TTIP-Selfie-Aktion und sei auch dabei!* (*Участвуй в нашей TTIP селфи акции!*)²⁴.

Заключение

Вербальные и визуальные средства воздействия на молодой электорат являются важной формой идеологической работы политических партий и общественных движений современных Германии и России. Результаты сопоставительного анализа небольшой части корпуса лозунгов, адресованных молодежи или рожденных в молодежной среде, свидетельствуют о том, что подходы, тематика и стилистика этого специфического политического жанра в Германии и России имеют больше сходств, чем различий. Разница уровней экономической стабильности, действующих законов, особенности менталитета не мешают молодым немцам и россиянам воспринимать окружающий мир практически одинаково. Их беспокоят сходные проблемы и радуют похожие явления. За их голоса ведется неухающая борьба разнородных политических сил. Самые действенные инструменты при создании политического плаката или лозунга для молодежи (юмор, провокация, сексуальность) одинаково воздействуют на целевую аудиторию, побуждая её к политической активности, формированию гражданской позиции.

ЛИТЕРАТУРА

- Вальтер, Х. 2016: Немецкие политические плакаты с периода Веймарской республики до наших дней. В кн.: *Германия – Россия: Вербальные и визуальные средства современного публицистического дискурса*. Грайфсвальд, 64–80.
- Вальтер, Х. (отв. ред.) 2016: *Германия – Россия: Вербальные и визуальные средства современного публицистического дискурса: колл. монография*. Грайфсвальд.
- Кузнецов, С.А. 2000: *Большой толковый словарь русского языка*. СПб.
- Михин, А.Н., Шулежкова, С.Г. 2015: Наука побеждать: лозунги и призывы Российской Армии. В кн.: *Публицистический арсенал общественных движений России и Германии: колл. монография*. С.Г. Шулежкова (отв. ред.). Магнитогорск–Greifswald, 132–150.

²⁰ Плакат: Голосуй! Не комплексуй!, <http://pro-domodedovo.ru/offer/8289-den-vyborov-dlya-molodezhi>

²¹ Издато для мужчин 2015, <http://www.exler.ru/blog/item/17869>.

²² JU, <http://www.zukunftskampfer.de>.

²³ #СветНаш вошел в топ хэштегов Интернета, http://islam-today.ru/svetskie_novosti/2015/12/03/posle-zapuska-energimosta-v-krymu-hesteg-svetnas-vosel-v-top-hestegov-interneta.

²⁴ JU, <http://www.zukunftskampfer.de>.

- Михина, О.В. 2015: Сопоставительный анализ публицистических арсеналов общественных движений России и Германии. В кн.: С.Г. Шулежкова (отв. ред.), *Публицистический арсенал общественных движений России и Германии: колл. монография*. Магнитогорск–Greifswald, 229–249.
- Михина, О.В. 2016: Социальная составляющая лозунгового арсенала общественных движений России и Германии (сопоставительный анализ). В кн.: *Германия – Россия: Вербальные и визуальные средства современного публицистического дискурса: колл. монография*. Грайфсвальд, 101–111.
- Публицистический арсенал общественных движений России и Германии* 2015: С.Г. Шулежкова (отв. ред.). Магнитогорск–Greifswald.
- Тимошинов, Е. «Молодая гвардия»: осенний призыв во власть. 06.07.2007. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://communa.ru/politika/molodaya-gvardiya-osenniy-prizyv-vo-vlast/>
- Тищенко, М. *КПРФ превратит Ленина в секс-символ*. 07.06.2016. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://life.ru/t/политика/416909/kprf_prievratit_lienina_v_sieks-simvola
- Фуколова, Ю. *Иду на Х. Как компания «Вымпелком» приучила «игреков»*. 23.07.2014. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rugenations.su/tag/поколение-у/>
- Шулежкова, С.Г., Михин, А.Н. 2016: Отражение менталитета граждан России в современных армейских лозунгах. В кн.: *Германия – Россия: Вербальные и визуальные средства современного публицистического дискурса: колл. монография*. Грайфсвальд, 111–120.

REFERENCES

- Fukolova, Ju. *Idu na H. Kak kompanija «Vypelkom» priruchila «igrekov»*. 23.07.2014, <https://rugenations.su/tag/pokolenie-y>.
- Kuznecov, S.A. 2000: *Bol'shoj tolkovyj slovar' russkogo jazyka*. Saint-Petersburg.
- Mihin, A.N., Shulezhkova, S.G. 2015: Nauka pobezhdat': lozungi i prizvyvy Rossijskoj Armii. V kn.: S.G. Shulezhkova (otv. red.), *Publicisticheskij arsenal obshhestvennyh dvizhenij Rossii i Germanii: koll. monografija*. Magnitogorsk–Greifswald, 132–150.
- Mihina, O.V. 2015: Sopostavitel'nyj analiz publicisticheskikh arsenalov obshhestvennyh dvizhenij Rossii i Germanii. V kn.: S.G. Shulezhkova (otv. red.), *Publicisticheskij arsenal obshhestvennyh dvizhenij Rossii i Germanii: koll. monografija*. Magnitogorsk–Greifswald, 229–249.
- Mihina, O.V. 2016: Social'naja sostavljajushhaja lozungovogo arsenal obshhestvennyh dvizhenij Rossii i Germanii (sopostavitel'nyj analiz). In: *Germanija – Rossija: Verbal'nye i vizual'nye sredstva sovremennogo publicisticheskogo diskursa: koll. monografija*. Greifswald, 101–111.
- Publicisticheskij arsenal obshhestvennyh dvizhenij Rossii i Germanii* 2015: S.G. Shulezhkova (otv. red.). Magnitogorsk–Greifswald.
- Shulezhkova, S.G., Mihin, A.N. 2016: Otrazhenie mentaliteta grazhdan Rossii v sovremennyh armejskikh lozungah. V kn.: *Germanija – Rossija: Verbal'nye i vizual'nye sredstva sovremennogo publicisticheskogo diskursa: koll. monografija*. Greifswald, 111–120.
- Timoshinov, E. «Molodaja gvardija»: osennij prizyv vo vlast', <http://communa.ru/politika/molodaya-gvardiya-osenniy-prizyv-vo-vlast/>
- Tishhenko, M. *KPRF prevratit Lenina v seks-simvol*, https://life.ru/t/politika/416909/kprf_prievratit_lienina_v_sieks-simvola
- Val'ter, H. (otv. red.) 2016: *Germanija – Rossija: Verbal'nye i vizual'nye sredstva sovremennogo publicisticheskogo diskursa: koll. monografija*. Greifswald.

Val'ter, H. 2016: Nemeckie politicheskie plakaty s perioda Vejmarskoj respubliki do nashih dnei. V kn.: *Germanija – Rossija: Verbal'nye i vizual'nye sredstva sovremennogo publicisticheskogo diskursa*. Greifsvald, 64–80.

YOUTH SLOGANS AND SLOGANS FOR THE YOUNG IN MODERN COMMUNICATIVE SPACE OF RUSSIA AND GERMANY

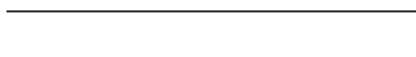
Artem N. Mikhin*, Olga V. Mikhina**

**Nosov Magnitogorsk State Technical University, Russia,*
fraz2014@yandex.ru

***Nosov Magnitogorsk State Technical University, Russia,*
olga-sinyaeva@yandex.ru

Abstract. The influence on the young is the main activity in the work of many state leaders, political parties and social movements in modern democracies. The main aim of all present governments and ruling parties is to create a moderate attitude towards the authorities of the day among young people, counter radicalism and extremism. Whereas, the political opposition always uses young people to have the situation changed and win the power. In the furtherance of this goal, the opposition uses a great variety of suggestive means – political agitation, opinion propaganda and new values imposing. This article deals with the publicistic arsenal that have been created for young voters. The authors also study slogans that have been created by the young. Propaganda of a strong position on life, use of humour and provocation, use of sexual content materials to influence young audience are the special features of youth slogans and posters in modern Russian and Germany. Internet materials and youth vocabulary play a key role in this process. Political slogans and posters usually target middle-aged and old people that appreciate stability and smooth progress in political system, while youth slogans look more radical and push to action. They deal with different topics and have unusual combinations of elements in the structure of the agitation product.

Key words: Russia, Germany, the youth, slogan, politics, party, humour, activity, provocation, voters





ВИЗУАЛЬНО-ВЕРБАЛЬНЫЕ ЖАНРЫ СОВРЕМЕННОГО ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА РОССИИ И ГЕРМАНИИ

Problemy istorii, filologii, kul'tury
3 (2016), 143–149
© The Author(s) 2016

Проблемы истории, филологии, культуры
3 (2016), 143–149
©Автор(ы) 2016

ПОЛИТИЧЕСКИЙ ПЛАКАТ – ЗЕРКАЛО СВОЕГО ВРЕМЕНИ*

Х. Вальтер

Грайфсвальдский университет им. Эрнста Морица Арндта, Грайфсвальд,
walter@uni-greifswald.de

Аннотация. Плакаты играют особую роль в современном публицистическом дискурсе. В коммуникативное пространство Западной Европы они вошли во второй половине XIX столетия, унаследовав целый ряд признаков от своих предшественниц – театральных афиш и книготорговых объявлений, сократив текстовую часть за счёт изобразительных средств. Только с появлением интересно оформленного графического иллюстрированного плаката – через картинку, символ или аллегию – к плакату присоединился дополнительный уровень сообщения. При этом доминирующий ранее семантический уровень отошел на задний план. Вместе с тем понятие «плакат», которое вошло в словари только в 1900 г., все больше и больше вытесняло понятие «афиша». Плакат обращается к широкой аудитории, что обуславливает характер его выразительных средств: 1) комбинирование понятий «просто», «понятно», «выразительно»; 2) отображение наиболее яркого момента, образа (символа); 3) краткость, удобочитаемость шрифта, злободневность надписи; 4) взаимосвязанность и взаимообусловленность изображения и текста. Политический плакат отличается рядом специфических характеристик: информация плакатов и листовок инкорпорируется в общий «текст» общественного пространства, сообщения общедоступны. Кроме того, политический плакат – это коммуникация посредством визуального образа и слова. В структуре плаката интегрируются различные знаковые системы: наряду с вербальными, используются визуальные средства. Язык плакатных образов может «работать» как

Вальтер Харри – доктор филологических наук, профессор кафедры славянского языкознания университета им. Эрнста Морица Арндта. E-mail: walter@uni-greifswald.de

* Работа выполнена при поддержке Немецкого научно-исследовательского сообщества (DFG) (проект WA 1689/5-1).

редуцирующий механизм, переводя политическую информацию на уровень обыденного понимания масс. Выполняя агитационную функцию, плакат одновременно может стать частью театрализации, которая свойственна современной мировой политике.

Ключевые слова: плакат, политика, агитация, реклама, коммуникативное пространство, графика, символ, аллегория, отправитель, получатель

Введение

Плакат – единичное произведение, лаконичное, броское (чаще цветное) изображение с кратким текстом (обычно на большом листе бумаги), выполненное в агитационных, рекламных, информационных или учебных целях. Возникающий между отправителем (плакатом) и получателем (наблюдателем) код не выходил в случае графически оформленного печатного плаката за рамки прямой передачи текстовой информации. Только с появлением интересно оформленного графического иллюстрированного плаката – через картинку, символ или аллегория – к плакату присоединился дополнительный уровень сообщения. При этом доминирующий ранее семантический уровень отошел на задний план. Вместе с тем понятие «плакат», которое вошло в словари только в 1900 г., все больше и больше вытесняло понятие «афиша».

Слово *плакат*, однако, имеет неоднозначную этимологию. Оно заимствовано в немецкий из голландского языка и употребляется в немецкой речи с XVI в. Вероятно, понятие связано со словом *plaga* (лат. ‘плоско расстеленный’). Также предполагают, что оно появилось впервые в XVI в. в Нидерландах во время нидерландской освободительной войны против Испании. В это время антииспанские листовки приклеивались голландцами на стены домов: от глагола *placken* (нн.: ‘приклеивать’), отсюда *Plakatten* (‘плакат’). В русском языке слово *плакат* употребляется впервые при Петре I, в 1704 г.; через нов.-в.-н. *Plakat* – то же с XVI в.; из франц. *placard* ‘афиша, плакат’, ср.-нидерл. *plackaert*, нидерл. *plakkaat* от ст.-франц. *plaquier* ‘приклеивать’¹.

Рекламный плакат возник в Западной Европе во 2-й половине XIX в. в результате эволюции от чисто шрифтовых театральных афиш и книготорговых объявлений, в которых постепенно все большую часть текста вытесняли орнамент и фигурные изображения (театральный плакат часто по традиции называется *афишей*). Сегодня плакат выполняет прежде всего политическую функцию. В то же время определенный акт театрализации присущ и собственно мировой политике в целом. Потому и популярный политический плакат является частью, а в некоторые моменты и центром театра политического.

Плакат может и должен рассматриваться как целостный текст, в качестве компонентов которого выступают как вербальные (название, слоган, программная информация), так и невербальные составляющие (фотография, шрифт, рисунки, цвет). Вербальный текст и изображение очень тесно взаимодействуют и образуют «один многослойный знак, вводящий в контекст сразу несколько значений»². Одна из целей плаката – создание вполне определенного эмоционального настро-

¹ Vasmer 1951/2, 364, 2, 1951, 364.

² Ходус 2011, 121.

ения у зрителя, что может повысить эффективность параллельных форм политической коммуникации.

Очевидно, на первом месте воздействующая функция плаката, текст которого должен привлекать внимание и вызывать интерес, активизировать восприятие, нацеливать в нужном направлении сознание и волю к действию. Плакат стремится к изменению действительности. Это стремление заложено внутри самой структуры плаката. Т.С. Магера отмечает, что для политического плаката «характерна установка на убеждение, при которой учитываются цели и условия коммуникации. При этом нужно отметить сознательность, преднамеренность акта коммуникации. Коммуникативная целеустановка политических текстов – это установка на воздействие, убеждение»³.

Политический плакат создан для адресанта и без него не существует. Он всегда инструмент воздействия на потенциальную аудиторию. Все его приемы принципиально должны поддаваться расшифровке, а все его смыслы – полностью исчерпываться при анализе прямого слова и тех приемов, которые употребил автор текста. К политическим плакатам относятся, прежде всего, «плакаты партий, предвыборные плакаты, пропагандистские плакаты, военные плакаты, плакаты, пропагандирующие культ личности, социально ангажированные плакаты на политическую тему, например, движение во имя мира, защиты окружающей среды, плакаты против распространения атомного оружия, плакаты-протесты, сатирические плакаты, а также плакаты для политических фильмов и пресс-центров политических партий»⁴.

Кроме очевидной политической направленности и злободневности, семантика плаката имеет и социально-эстетическую соотнесенность, ведь интерпретация его содержания невозможна без понимания социального фона, а также без привлечения сведений об аксиологии и онтологии политической ситуации эпохи. Политические плакаты как тексты создаются на основе одной модели, которая повторяется в каждом из вновь созданных. Модель текста политического плаката, по мнению Т.С. Магера, может быть признана универсальной⁵. Все политические плакаты, когда-либо созданные, взаимосвязаны и функционируют в едином (и определенном) пространстве. При их продуцировании учитывается предыдущий опыт создания и функционирования плакатов, а также стереотипные установки.

Плакат особо востребован в критические ситуации общественно-политической жизни конкретной страны, в военное, революционное время, ситуации кризисов и особенно в моменты предвыборных кампаний.

Для политического плаката важно, чтобы произошло взаимоуподобление текста и аудитории, ведь от этого во многом зависит, воспримет аудитория призыв плаката голосовать ЗА политика или не воспримет, а значит, зависит исход самих выборов, – то, ради чего ведется вся избирательная кампания. Борьба за избирателя на основе пересечения интересов политика и аудитории формирует то поле политического плаката, в котором представлены позиция кандидата и позиция избирателя. Для избирателя важны не только обещания и доводы кандидата, но и точки соприкосновения с его (избирателя) собственным опытом, общими пере-

³ Магера 2006, 33.

⁴ Фоминых 2009, 130.

⁵ Магера 2005, 6.

живаниями. Читатель-избиратель видит (читает) в тексте то, что он хочет / может увидеть, а автор вкладывает в текст политического плаката то, что нужно увидеть электоральной аудитории. Таким образом, текст, с одной стороны, – продукт деятельности адресанта, с другой, – объект деятельности адресата⁶.

Политический плакат должен возбуждать эмоциональные состояния, которые можно было бы назвать «чувствами высшего порядка». Речь идет о целой совокупности чувств, связанных с различными идейными и социально-политическими взглядами (патриотизм, отношение к труду и гражданским обязанностям и т.п.). Человек получает информацию по всем имеющимся у него каналам, но часть из них носит особый характер для общения. Это в первую очередь визуальная коммуникация. Не случайно основное пространство политических плакатов занимает рисунок: зритель вначале обращает внимание на рисунок, затем начинает читать текст. Данный прием нередко называют «визуальным насилием». Социальные изменения, актуализация отдельных социальных проблем отражаются в количественном преобладании тех или иных визуальных тем, а также в их композиционном содержании. Так, например, изучая советский политический плакат, исследователи традиционно выделяют два ключевых образа эпохи: образ врага и образ женщины⁷.

Политический плакат создается при помощи преобразования (в том числе) текстов-предшественников. Важно отметить, что все элементы текста политического плаката изымаются из собственного коммуникативного пространства и помещаются в коммуникативное пространство вновь создаваемого политического плаката. На основе взаимодействия всех элементов текстов-предшественников, отдельных компонентов, принадлежащих разным семиотическим системам, образуются смешанные тексты. Преобразование политического плаката как текста текстов предшественников заключается в том, что из текста в текст «кочуют» одни и те же элементы и призывы. И структура плаката в принципе константна. Политический плакат можно назвать смешанным текстом – он строится на стыке различных семиотических систем и с помощью элементов различных семиотических систем. Это и фотографии, и различные шрифты, и фон и др.

Коммуникативно-риторически значимыми параметрами текста политического плаката как целого являются смысловой объем, простота, зрелищность / краткость, тематическое содержание программы, степень индивидуализации предвыборных программ. Лозунги политических плакатов – краткие, целеустремленные, меткие тексты, с прямым и выразительным значением, к тому же, легко запоминающиеся. Из конкретных языковых средств выделяются рифма как эффективный языковой прием, обращение на «ты» как эффективный способ привлечь внимание зрителя и воздействовать на каждого из них в отдельности. Естественно, основной выступает функция побуждения и призыва, выражаемая, как правило, глагольной конструкцией. Для русскоязычного плаката это инфинитив, перформативное употребление глагола, глагол в форме 1-го лица мн. числа без местоимения «мы» и специальные частицы для усиления побуждения (к примеру, А ну-ка!). В плакатах встречается особенная форма речевого этикета – тор-

⁶ Магера 2006, 10.

⁷ Ворошилова 2013, 89.

жественные приветствия, восклицания (Да здравствует...!) (см. более подробно Numminen⁸).

Современный человек живет среди плакатов. И если «фильм, спектакль, выставку мы смотрим по своему выбору, лозунг, плакат и другие наглядные средства мы не выбираем. Они сами обращены к нам...»⁹.

Известный пример – это плакат Конрада Аденауэра, первого канцлера ФРГ, «Никаких экспериментов!» в период избирательной кампании в бундестаг в 1957 г., который интересен также в том отношении, что он позволяет 81-летнему политику выглядеть несколько моложе и вместе с тем указывает на временной дух примата молодежи¹⁰. Также и ключевые политические темы как, например, разделение Германии или ее объединение, перевооружение, а также экономическое чудо играли в течение этих лет на плакатах особенную роль. Кроме того, вновь развивающаяся культурная жизнь снова стала отражаться на афишных столбах в форме призывов делать пожертвования на восстановление театров или плакатов о текущих постановках и т.д.

Необходимо учитывать, что причины тому сегодня лежат скорее не в упадке плакатной живописи, а скорее в нивелировании программных и идейных противоречий партий. В пользу этого говорят, например, появляющиеся в результате конкурирующих друг с другом партий (в особенности партии Зеленых и Партии «Левые») яркие плакаты их политических кампаний, иногда с агрессивным посылом¹¹, которые строятся в основном на демонстрации слабых сторон противника; например, кампания «красные носки» от Христианско-Демократической Партии.



Закключение

Все же сравнительно бедные на высказывания «портретные плакаты» должны рассматриваться в контексте всего спектра средств массовой информации: печатных средств массовой информации, радио, телевидения и Интернета. Через

⁸ Numminen 2008.

⁹ Тесля 1969, 39.

¹⁰ Keine Experimente, https://de.wikipedia.org/wiki/Keine_Experimente#/media/File:CDU_Wahlkampfplakat_-_kasp1019.JPG

¹¹ Die 14. Bundestagswahl am 27. September 1998. Motivplakate Lizenz: KAS/ACDP 10-001: 5001 CC-BY-SA 3.0 DE, https://de.wikipedia.org/wiki/Rote_Socke.10.5.2016

эти СМИ потребителю политических новостей передается расширенная информация, политическая дискуссия, например, в ток-шоу. Политический плакат превратился при этом медиальном разделении скорее в оптически сопровождающего секунданта. С помощью плаката политическая партия стремится показать свое присутствие в общественном месте, стремится напомнить о себе проходящему мимо пешеходу. В остальном большие плакаты как нечто бросающееся в глаза привлекают в городе и за его пределами внимание огромного количества водителей, пассажиров трамваев или поездов, и стали, таким образом, признаком современного мобильного мира.

ЛИТЕРАТУРА

- Арапов, М.В. *Метаморфозы слогана*. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.triz-ri.ru/authors/arapov_bio.asp
- Ворошилова, М.Б. 2013: *Политический креолизированный текст: ключи к прочтению*. Екатеринбург.
- Купина, Н.А. 2015: *Тоталитарный язык: словарь и речевые реакции*. 2-е изд., испр. и доп. Екатеринбург.
- Магера, Т.С. 2005: *Текст политического плаката: лингвориторическое моделирование (на материале региональных предвыборных плакатов)*. Барнаул.
- Магера, Т.С. 2006: *Текст политического плаката: лингвориторическое моделирование (на материале региональных предвыборных плакатов)*. Барнаул.
- Советские плакаты*: Электронный музей плакатов. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.plakaty.ru/>
- Тесля, М.Е. 1969: *По законам восприятия*. М.
- Фоминых, С.С. 2009: Политический плакат ГДР как тип текста. *Вестник Челябинского государственного университета. Филология. Искусствоведение* 31, 130-133.
- Ходус, Е.Ю. 2011: Политический плакат Франции как креолизированный текст. *Вестник Ставропольского государственного университета* 76, 118-124.
- Bruns, T. 2010: *Sprache, Nation und Internet. Politik und Medien in den Nachfolgestaaten Jugoslawiens und der Sowjetunion*. Hamburg.
- Kalnins, B. 1966: *Agitprop. Die Propaganda in der Sowjetunion*. Wien.
- Numminen, H. 2008: *Советский плакат как средство массового воздействия. Анализ языка плакатов*. Kevät.
- Pätzold, K. & Weißbecker, M. (red.) 2006: *Schlagwörter und Schlachtrufe. Aus zwei Jahrhunderten deutscher Geschichte*. Leipzig.
- Politische Plakate 2009: *Politische Plakate von der Weimarer Republik bis zur jungen Bundesrepublik. Politik und Unterricht. Zeitschrift für die Praxis der politischen Bildung* 35. Jahrgang. 2-3 / 2009. Stuttgart.
- Russische und sowjetische Plakatkunst. Virtuelles Museum*. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.russianposter.ru/object.php?rid=31040384900003>
- Vasmer, M. 1951: *Russisches etymologisches Wörterbuch*. Zweiter Band. Heidelberg. 2.

REFERENCES

- Arapov, M.V. *Metamorfozy slogana*, http://www.triz-ri.ru/authors/arapov_bio.asp
- Bruns, T. 2010: *Sprache, Nation und Internet. Politik und Medien in den Nachfolgestaaten Jugoslawiens und der Sowjetunion*. Hamburg.
- Fominyh, S.S. 2009: Politicheskij plakat GDR kak tip teksta. *Vestnik Cheljabinskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologija. Iskustvovedenie* 31, 130-133.

- Hodus, E. Ju. 2011: Politicheskij plakat Francii kak kreolizovannyj tekst. *Vestnik Stavropol'skogo gosudarstvennogo universiteta* 76, 118-124.
- Kalnins, B. 1966: *Agitprop. Die Propaganda in der Sowjetunion*. Wien.
- Kupina, N.A. 2015: *Totalitarnyj jazyk: slovar' i rechevye reakcii*. 2-e izd., ispr. i dop. Ekaterinburg.
- Magera, T.S. 2005: *Tekst politicheskogo plakata: lingvoritoricheskoe modelirovanie (na materiale regional'nyh predvybornyh plakatov)*. Barnaul.
- Magera, T.S. 2006: *Tekst politicheskogo plakata: lingvoritoricheskoe modelirovanie (na materiale regional'nyh predvybornyh plakatov)*. Barnaul.
- Numminen, H. 2008: *Sovetskij plakat kak sredstvo massovogo vozdejstviya. Analiz jazyka plakatov*. Kevät.
- Pätzold, K. & Weißbecker, M. (red.) 2006: *Schlagwörter und Schlachtrufe. Aus zwei Jahrhunderten deutscher Geschichte*. Leipzig.
- Politische Plakate 2009: *Politische Plakate von der Weimarer Republik bis zur jungen Bundesrepublik. Politik und Unterricht. Zeitschrift für die Praxis der politischen Bildung* 35. Jahrgang. 2–3 / 2009. Stuttgart.
- Russische und sowjetische Plakatkunst. *Virtuelles Museum*, <http://www.russianposter.ru/object.php?rid=31040384900003>
- Sovetskie plakaty: *Jelektronnyj muzej plakatov*, <http://www.plakaty.ru/>
- Teslja, M.E. 1969: *Po zakonam vosprijatija*. Moscow.
- Vasmer, M. 1951: *Russisches etymologisches Wörterbuch. Zweiter Band*. Heidelberg. 2.
- Voroshilova, M.B. 2013: *Politicheskij kreolizovannyj tekst: kljuchi k prochteniju*. Ekaterinburg.

POLITICAL POSTER – THE MIRROR OF THE TIME

Harry Walter

Ernst-Moritz-Arndt-University of Greifswald, Germany,
walter@uni-greifswald.de

Abstract. Posters play a special role in modern publicistic discourse. They appeared in communicative space of Western Europe in the second part of the 20th century and got some features of their predecessors – playbills and bookseller advertisements in which the word part was reduced in favor of visual means. The invention of an illustrated poster led to the appearance of the extra message level and the dominant semantic level tended to fall by the wayside. At the same time, word *poster* became more popular and replaced word *playbill*. A poster always appeals to a wide audience that determines the nature of its means of expression: 1) combining the concepts of “simple”, “clear”, “expressive”; 2) display the brightest point of the image (symbol); 3) brevity, readability of the font, all-day-inscriptions; 4) the interconnectedness and interdependence of an image and a text. Thereby political posters have a number of specific characteristics: political information posters and leaflets are incorporated into the overall “text” of the public space, being publicly available. In addition, the political poster is communication through visual images and words. The structure of the poster integrates different sign systems: in addition to verbal in most cases visual aids are used. Language poster images can «work» as a reducing mechanism, translating political information on the level of ordinary understanding of the masses. Having a propaganda function, a poster can be a part of theatricalization that is typical for modern world politics.

Key words: poster, politics, propaganda, advertisement, communicative space, symbol, allegory, addressant, recipient, graphic arts



ВЕРБАЛЬНОЕ КОНТЕКСТУАЛЬНОЕ ОКРУЖЕНИЕ НАЦИСТСКОЙ СИМВОЛИКИ В СОВРЕМЕННОМ ЭКСТРЕМИСТСКОМ ДИСКУРСЕ*

М.Б. Ворошилова

*Уральский государственный педагогический университет, Екатеринбург,
shinkari@mail.ru*

Аннотация. Настоящая статья посвящена анализу контекста свастики в современном экстремистском дискурсе, полученные нами результаты будут иметь практическую значимость и будут востребованы в рамках экспертной деятельности по делам о возбуждении национальной, расовой или религиозной вражды.

Ключевым моментом для анализа и «идентификации» символики, с последующим отнесением ее к нацистской (в иной терминологии, экстремистской, националистической), являются два фактора: интенция и контекст, позволяющие точно определить образную составляющую.

Для корректной оценки символики необходимо использовать комплексный анализ контекста, который позволит создать «семантическое поле». Термин «контекст» мы также используем в широком понимании, как некую совокупность всевозможных условий / факторов функционирования (создания и последующей интерпретации) символа.

В ходе исследования мы выделили наиболее существенные факторы контекста свастики в современном националистическом дискурсе, факторы, позволяющие идентифицировать ее как нацистский символ или символ, сходный с ним до степени смешения. Выделенные факторы были разделены нами на 5 групп: вербальные, визуальные, аудиальные, ситуативные, культурные. Полноценный анализ всех факторов возможен только в рамках междисциплинарного исследования с привлечением лингвистов, культурологов и историков. В рамках же лингвистического исследования возможен комплексный анализ первых трех факторов (визуальный, вербальный и аудиальный), при условии, что они представляют собой единое высказывание в форме креолизованного текста, то есть текста, состоящего из единиц различных знаковых систем.

Вербальный контекст свастики в анализируемом дискурсе представлен тремя типами подписей: номинация, комментарий, лозунг.

Лозунг самый частотный тип подписей, сочетаемых со свастикой, но не все лозунги можно назвать националистическими. Мы выделили несколько тематических групп лозунгов, наиболее востребованных в современном молодежном националистическом дискурсе: идеологические лозунги, лозунги-угрозы, лозунги-призывы, культовые лозунги.

Представленная классификация позволяет увидеть весь вектор сочетаемости, но в полном исследовании мы не должны ограничиваться лишь одним из перечисленных выше

Ворошилова Мария Борисовна – кандидат филологических наук, доцент кафедры межкультурной коммуникации, риторики и русского языка как иностранного Уральского государственного педагогического университета. E-mail: shinkari@mail.ru

* Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда (проект №16-18-02102).

факторов, даже при анализе вербального контекста необходимо обращение к визуальному уровню.

Ключевые слова: нацистская символика, свастика, экстремистский дискурс, контекст, контекстуальные факторы, экспертиза

Введение

Свастика – самый известный нацистский символ и самый популярный символ современности: мы видим его на улицах наших городов, в глянцевах журналах и на телевидении, на футболках молодых парней и на шеях юных девушек. Действительно, нацистская атрибутика и символика востребована в молодежной среде, где она, к сожалению, нередко становится орудием вербовки молодых, сильных ребят в ряды современных националистов. В политическом контексте свастика используется для противодействия идеологии национальных партий. Так, в годы холодной войны турецкий пропагандистский дискурс включал антисемитскую риторику, для чего активно использовались символы нацизма и коммунизма¹.

Справедливости ради мы должны отметить, что свастика, как и любой другой нацистский символ, в современной юридической практике подлежит строгой регламентации, что отражено в федеральных законах Российской Федерации, в частности в законах «О противодействии экстремистской деятельности» и «Об увековечении Победы советского народа в Великой Отечественной войне 1941–1945 годов».

Как мы уже неоднократно писали², названные законы в некоторой степени противоречат друг другу: так федеральный закон «О противодействии экстремистской деятельности» запрещает лишь «пропаганду и публичное демонстрирование нацистской символики либо атрибутики или символики, сходных с нацистской атрибутикой или символикой до степени смешения» (ФЗ 114, ст. 2), напротив, закон «Об увековечении Победы...» запрещает ее «использование в любой форме» (ФЗ 80, ст. 6).

Вопрос о данном правовом казусе уже не раз поднимался в современной российской научной и юридической литературе³; высказывалось мнение о том, что запрещать стоит только использование свастики либо иного нацистского символа с целью пропаганды идей нацизма, по примеру законодательства Германии, в котором закреплена уголовная ответственность за распространение нацистской символики с целью пропаганды идей нацизма и разрешено ее использование «в целях гражданского образования, предотвращения достижения неконституционных целей, развития искусства или науки, исследований или обучения, информирования о ходе истории и иных целях»⁴. Врага надо знать в лицо: нельзя вырвать из учебников параграф, посвященный Второй мировой войне, нельзя запретить показ фильмов о войне, «нельзя считать пропагандой нацистской символики и идей нацизма деятельность историков, членов военно-исторических клубов»⁵.

¹ Özman, Yakin 2012.

² См., напр.: Ворошилова, Карапетян 2014, 2015.

³ См., напр.: Рыдченко 2009, Павлов 2012 и др.

⁴ Зусман, http://www.ifapcom.ru/files/Monitoring/2009/zusman_no_swastika.pdf

⁵ Зеленина 2009, 23.

Однако, дискуссия относительно уголовного преследования лиц, использующих нацистскую символику, в российской криминологии продолжается⁶.

Но теперь возникает следующий вопрос: какую свастику нужно запретить? Мы все легко соглашаемся, что свастика – основной элемент нацистской символики, но современные исследователи⁷ убедительно доказывают, что национал-социалисты использовали не свастику, а схожий по начертанию символ Hakenkreuz – «хакенкройц», что в дословном переводе означает «крюкообразный крест». По мнению Р.В. Багдасарова, под определение «нацистской» символики может подходить лишь свастика черного цвета, стоящая на ребре под углом 45°, с концами, направленными в правую сторону. Именно такой знак находился на государственном знамени национал-социалистической Германии с 1933 по 1945 гг., а также на эмблемах ее гражданских и военных служб⁸. Несмотря на постоянство символа, его содержание менялось на протяжении первых двадцати лет становления национал-социалистической партии⁹.

Итак, перед нами вновь противоречие: с одной стороны, свастика как один из самых древних и популярных символов, символ многозначный и противоречивый. «Символ свастики последние девяносто лет воспринимается как нечто разрушительное и злое, хотя тысячелетиями являлся символом жизни, света и благополучия»¹⁰. С другой стороны, для массового адресата свастика является символом нацизма, и лишь специалист может отграничить нацистский «хакенкройц» от древней свастики. Так, в современной практике молодежных националистических организаций нередко ошибочно используются перевернутая, «бегущая» свастика и свастика индуистская, что еще раз подтверждает сказанное выше¹¹.

Но данное противоречие отчасти решено на законодательном уровне: в современной российской юридической практике запрещается использование нацистской символики (определенной, в первую очередь, по историко-политической принадлежности), и символики, «сходной с нацистской символикой до степени смешения», то есть воспринимаемой нацистской в массовом сознании. Но мы должны подчеркнуть, что принципиально важно определить не степень смешения, а семантическое ядро символа, которое «прочитывается» в определенном контексте.

Таким образом, ключевым моментом для анализа и «идентификации» символики с последующим отнесением ее к нацистской (в иной терминологии, экстремистской, националистической) являются два фактора: интенция и контекст, позволяющие точно определить образную составляющую.

Для оценки символики необходимо использовать комплексный анализ контекста, который позволит создать «семантическое поле» (в иной терминологии – семантическое ядро, семантический вектор восприятия). Термин «контекст» мы также используем в широком понимании: как некую совокупность всевозможных условий / факторов функционирования (создания и последующей интерпретации) символа.

⁶ Yegorova 2015.

⁷ См., напр.: Зеленина 2009; Павлов 2012; Барбашов 2014 и др.

⁸ Багдасаров 2001, 20.

⁹ Ross 2006.

¹⁰ Павлов 2012, 138.

¹¹ См. подр.: Ворошилова, Карапетян 2015.

Настоящая статья посвящена анализу «традиционного» контекста свастики в современном экстремистском дискурсе. Полученные нами результаты имеют практическую значимость и будут востребованы в рамках экспертной деятельности по делам о возбуждении национальной, расовой или религиозной вражды. С 2011 г. по настоящее время при поддержке Центра по противодействию экстремизму по Свердловской области мы собирали наиболее частотные националистические символы и атрибуты, востребованные в экстремистском дискурсе и используемые в текстах, направленных как на возбуждение национальной, расовой или религиозной вражды, так и на «вербовку» новых «белых воинов».

В ходе исследования мы выделили наиболее существенные факторы контекста свастики в современном националистическом дискурсе; факторы, позволяющие идентифицировать ее как нацистский символ или символ, сходный с ним до степени смешения.

Выделенные факторы были разделены нами на 5 групп: вербальные, визуальные, аудиальные, ситуативные, культурные (нередко – субкультурные). Полноценный анализ всех факторов возможен только в рамках междисциплинарного исследования с привлечением лингвистов, культурологов и историков. В рамках же лингвистического исследования возможен комплексный анализ первых трех факторов (визуальный, вербальный и аудиальный) при условии, что они представляют собой единое высказывание в форме креолизованного текста, то есть текста, состоящего из единиц различных знаковых систем.

Вербальный контекст свастики, попавший в центр нашего внимания, в анализируемом дискурсе представлен тремя типами подписей:

1. Номинация – прямое название, обозначение посредством лексемы / лексем явления, имеющего отношение к нацизму или национализму.

Самыми частотными являются лексемы, объединенные нами в тематическую группу «WHITE POWER!». Значительно реже были отмечены такие лексемы, как «национал-социализм», дающие прямую отсылку к нацистской символике, и «Русь» – лексема, хоть и распространенная в анализируемом дискурсе, но не дающая нам полноценного ответа на вопрос о значении свастики в данном тексте.

WHITE POWER! – один из основных лозунгов правоэкстремистских и расистских групп в США и Европе, возникший в середине прошлого века. В современном молодежном националистическом движении часто используется как некий идентифицирующий знак, определяющий позицию автора, разделяющий «своих» и «чужих». Совместное использование двух столь популярных символов позволяет однозначно определить вектор прочтения значения образа свастики.

Лозунг «WHITE POWER!», действительно, самый востребованный по частоте сочетаемости со свастикой, но нередко он заменяется на условно обозначенные нами «контекстуальные синонимы»: *WP* (аббревиатура), *Власть белых* (перевод) (реже – *белый хозяин*), *skinheads* (как более широкое понятие, обозначающее само движение).

2. Комментарий – пояснения к тексту, к символу. Данный тип подписей используется реже всего.

Самым известным примером является националистическая «логическая загадка», где на рисунке в центре изображен квадрат, выложенный из спичек, а внизу страницы текст: «Уберите 4 спички так, чтобы ваш друг-еврей испугался спичек».

в ваших руках». Данный текст косвенно указывает на классический символ нацизма – свастику – через обращение к образу геноцида, созданному на корреляции вербального (еврей) и визуального (свастика) уровней креолизованного текста.

3. Лозунг – призыв или обращение в лаконичной форме, выражающие некую (в нашем случае националистического характера) идею.

Лозунг – самый частотный тип подписей, сочетаемых со свастикой, но не все лозунги можно назвать националистическими. Так, мы выделили несколько тематических групп лозунгов, наиболее востребованных в современном молодежном националистическом дискурсе.

1) Идеологические лозунги: *Трезвая Россия!; Чистота расы!*

Идеологические лозунги не всегда открыто представляют националистические идеи, зачастую представляя собой «приличные» лозунги за здоровый образ жизни, нравственную чистоту.

2) Лозунги-угрозы: *Смерть жидам!; Очистим Россию!*

Лозунги-угрозы часто содержат не только противопоставление по национальному или расовому признаку, но и прямо или косвенно выраженную угрозу в сторону «чужих», не белых, не русских.

3) Лозунги-призывы: *Будущее принадлежит нам!; Именно ты!; Стань машиной для террора!*

Лозунги-призывы обращены к «своим»: они призывают молодых ребят вступать в ряды нацистов, и свастика в данном случае выступает как идентифицирующий знак.

4) Культовые лозунги: *Идея без дела мертва!; Welcome to RAGNAROK!*

Ядром культовых лозунгов становятся прецедентные фразы, активно используемые современными националистами и тем или иным образом связанные с идеологией Третьего Рейха.

Так, фраза «Идея без дела мертва» представляет собой трансформированную библейскую цитату «Вера без дела мертва». В Новом Завете, в Послании апостола Иакова (гл. 2, ст. 26), сказано: «Ибо, как тело без духа мертво, так и вера без дел мертва». В современном националистическом дискурсе данная фраза зачастую используется как лозунг-призыв, требующий конкретных действий, нередко агрессивных. Вторая фраза «Welcome to RAGNAROK» вновь отсылает к идеологии Третьего Рейха, поощрявшего увлечение германо-скандинавской мифологией. «Рагнарёк» понимается как ‘гибель богов и всего мира, следующая за последней битвой между богами и хтоническими чудовищами’. Данная фраза в современном националистическом дискурсе чаще выполняет функцию угрозы: «Наша очистительная война станет неким концом света для наших врагов».

Все фразы, бесспорно, являются прецедентными, так как используются как самостоятельные единицы, являются символами, знаками своей субкультуры, идеологии, в данном случае националистической.

Заключение

Представленная классификация позволяет увидеть весь набор сочетаемости визуальных и вербальных символов, но в полном исследовании мы не можем ограничиваться лишь одним из перечисленных выше факторов. Следует отме-

тить, что большинство надписей выполнено в прямолинейной, «рубленой» манере написания графем, что отсылает нас к скандинавским руническим символам, а также к готическому письму; именно рунические символы в наше время стали своеобразным «почерком», символом как нацизма, так и современных националистических идеологий.

ЛИТЕРАТУРА

- Багдасаров, Р. 2001: *Свастика: священный символ: этнорелигиоведческие очерки*. М.
- Барбашов, В.П. 2014: Интенциональное значение «свастики» как отражение коллективной интенциональности в креолизованных текстах. *Филология и человек* 4, 131–137.
- Ворошилова, М.Б., Карапетян, А.А. 2014: Националистическая атрибутика и символика в современном молодежном экстремистском дискурсе: из практики определения. В сб.: *Политическая коммуникация: перспективы развития научного направления: материалы междунар. науч. конф.* Екатеринбург, 51–53.
- Ворошилова, М.Б., Карапетян, А.А. 2015: Свастика на стенах школ: принципы лингвистического анализа символики. В сб.: *Язык и право: актуальные проблемы взаимодействия: материалы V-ой Междунар. науч.-практ. конф.* Ростов н/Д., 7–13.
- Зеленина, О.В., Суслонов, П.Е. 2009: *Методика выявления признаков экстремизма. Процессуальные исследования (экспертизы) аудио-, видео- и печатных материалов: науч.-практ. пособие*. Екатеринбург.
- Зусман, Е. 2009: *Запрет на изображение свастики в России и зарубежных странах: законодательство и практика судов*. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.ifarcom.ru/files/Monitoring/2009/zusman_no_swastika.pdf
- Павлов, А.Н. 2012: Свастика – символ под запретом. *Законность и правопорядок в современном обществе* 10, 137–142.
- Рыдченко, К.Д. 2009: Некоторые особенности обеспечения запрета пропаганды и публичного демонстрирования нацистской атрибутики и символики. *Вестник Воронежского института МВД России* 2, 60–65.
- Федеральный закон «Об увековечении Победы советского народа в Великой Отечественной войне 1941–1945 годов» от 19 мая 1995 г. № 80-ФЗ.
- Федеральный закон «О противодействии экстремистской деятельности» от 25 июля 2002 г. № 114-ФЗ.
- Özman, A., Yakin, A.Y. 2012: The symbolic construction of communism in Turkish anti-communist propaganda during the Cold War. *Journal of Language and Politics*. Vol. 11 (4), 583–605.
- Ross, C. 2006: Mass Politics and the Techniques of Leadership: The Promise and Perils of Propaganda in Weimar Germany. *German History* 24 (2), 184–211.
- Yegorova, N.A. 2015: The rehabilitation of nazism: Criminal law analysis. *Criminology Journal of Baikal National University of Economics and Law* 9 (3), 494–503.

REFERENCES

- Bagdasarov, R. 2001: *Svastika: svyashchennyy simvol: etnoreligiovedcheskie ocherki*. Moscow.
- Barbashov, V.P. 2014: Intentsional'noe znachenie «svastiki» kak otrazhenie kollektivnoy intentsional'nosti v kreolizovannykh tekstakh. *Filologiya i chelovek* 4, 131–137.
- Federal'nyy zakon «Ob uvekovechenii Pobedy sovetskogo naroda v Velikoy Otechestvennoy voyne 1941–1945 godov» ot 19 maya 1995 g. № 80-FZ.
- Federal'nyy zakon «O protivodeystvii ekstremistskoy deyatel'nosti» ot 25 iyulya 2002 g. № 114-FZ.

- Özman, A., Yakin, A.Y. 2012: The symbolic construction of communism in Turkish anti-communist propaganda during the Cold War. *Journal of Language and Politics*. Vol. 11 (4), 583–605.
- Pavlov, A.N. 2012: Svastika – simbol pod zapretom. *Zakonnost' i pravoporyadok v sovremenom obshchestve* 10, 137–142.
- Ross, C. 2006: Mass Politics and the Techniques of Leadership: The Promise and Perils of Propaganda in Weimar Germany. *German History* 24 (2), 184–211.
- Rydchenko, K.D. 2009: Nekotorye osobennosti obespecheniya zapreta propagandy i publichnogo demonstrirovaniya natsistskoy atributiki i simboliki. *Vestnik Voronezhskogo instituta MVD Rossii* 2, 60–65.
- Voroshilova, M.B., Karapetyan, A.A. 2014: Natsionalisticheskaya atributika i simbolika v sovremenom molodezhnom ekstremistskom diskurse: iz praktiki opredeleniya. In: *Politicheskaya kommunikatsiya: perspektivy razvitiya nauchnogo napravleniya: materialy Mezhdunar. nauch. konf.* Ekaterinburg, 51–53.
- Voroshilova, M.B., Karapetyan, A.A. 2015: Svastika na stenakh shkol: printsipy lingvisticheskogo analiza simboliki. In: *Yazyk i pravo: aktual'nye problemy vzaimodeystviya: materialy V-oy Mezhdunar. nauch.-prakt. konf.* Rostov n/D., 7–13.
- Yegorova, N.A. 2015: The rehabilitation of nazism: Criminal law analysis. *Criminology Journal of Baikal National University of Economics and Law* 9 (3), 494–503.
- Zelenina, O.V., Suslonov, P.E. 2009: *Metodika vyyavleniya priznakov ekstremizma. Protsessual'nye issledovaniya (ekspertizy) audio-, video- i pechatnykh materialov: nauchno-prakticheskoe posobie.* Ekaterinburg.
- Zusman, E. 2009: *Zapret na izobrazhenie svastiki v Rossii i zarubezhnykh stranakh: zakonodatel'stvo i praktika sudov*, http://www.ifapcom.ru/files/Monitoring/2009/zusman_no_swastika.pdf

VERBAL CONTEXTUAL ENVIRONMENT OF THE NAZI SYMBOLS IN CONTEMPORARY EXTREMIST DISCOURSE

Maria B. Voroshilova

Ural State Pedagogical University, Russia,
shinkari@mail.ru

Abstract. The article presents an analysis of the context of swastika in the contemporary extremist discourse. The result of this research will be of practical value and can be used by the experts for cases of initiation of race, racial or religious strife.

The key moment for the analysis and “identification” of the symbols and its reference to the Nazi ones (extremist or nationalistic in other terms) consists of two factors: intention and the context, which makes it possible to precisely define the images implied by the symbol.

For the correct assessment of the symbols it is necessary to use complex analysis of the context, which allows to create “semantic field”. The term “context” is used in the broad sense, as a complex of different conditions/factors of functioning (creation and further interpretation) of a symbol.

In the course of the research we singled out the main factors of the context of swastika in the contemporary nationalistic discourse, the factors that allow to identify it as a Nazi symbol or a symbol similar in every respect. We divided the factors into five groups: verbal, visual, audio, situational and cultural. Full analysis of these factors is possible only if it is a multidisciplinary research held by the group of specialists including linguists, culture experts and historians. In the

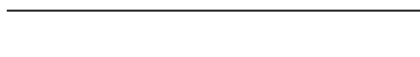
frameworks of linguistic research it is possible to analyze the first three factors (visual, verbal and audio), in case they are a single utterance in the form of a creolized text, i.e. a text that consists of the units of different sign systems.

The verbal context of swastika in the analyzed discourse is presented by three types of captions: nomination, comment and slogan.

Slogan is the most frequent caption combined with swastika, but not all slogans can be referred to nationalistic ones. We singled out several groups of slogans frequent in the contemporary youth and nationalistic discourse: ideological slogans, slogans-threats, slogans-appeals and cultural slogans.

This classification allows to present the whole vector of combinability, but it is important to underline that in the complex research we shouldn't be restricted by only one of the factors mentioned above, even in the analysis of the verbal context it is necessary to regard the visual level as well.

Key words: Nazi symbols; swastika; extremist discourse; context; contextual factors; expertise





«ФЮРЕР В КАЖДОМ ИЗ НАС»: ОБРАЗ А. ГИТЛЕРА И «ПРЕОДОЛЕНИЕ ПРОШЛОГО» В СОВРЕМЕННОЙ ГЕРМАНИИ*

И.В. Грибан

*Уральский государственный педагогический университет, Екатеринбург,
gribanirina@gmail.com*

Аннотация. Особое влияние на формирование и сохранение исторической памяти народов оказывают художественные фильмы: они не только актуализируют воспоминания о событиях прошлого, но и привлекают внимание общественности к дискуссионным историческим темам. Статья посвящена анализу художественного фильма по одноименному роману публициста Т. Вермеша «Он снова здесь» и его воздействию на общество ФРГ. Главный герой романа – Адольф Гитлер, очнувшийся в 2015 г. в современном Берлине и попадающий в новую политическую реальность со своими старыми идеологическими установками. Бездомный и нищий, он интерпретирует все, что видит в 2015 г., с нацистской точки зрения. Несмотря на то, что все его узнают, никто не верит, что он – настоящий Адольф Гитлер, его воспринимают как комика и талантливого актера, вжившегося в образ. Он появляется на телевизионном шоу под названием «Эй, чувак!» и высказывает там свои идеи. Видео с его гневными речами быстро распространяется благодаря ютубу, и Гитлер становится знаменитым. В конце концов, он использует свою популярность, чтобы вернуться в политику.

Популярность романа Т. Вермеша и снятого фильма свидетельствуют о том, что в исторической памяти немецкого общества о нацистском прошлом происходит сдвиг: начинается его «нормализация», возникает стремление взглянуть на него под другим углом (смеясь, а не плача), притупляется восприятие аморальности нацистской идеологии, изменяются способы репрезентации этого периода истории. Фильм «Он снова здесь» стал вызовом современному немецкому обществу, проверкой на готовность воспринимать идеи национал-социализма, которые, казалось бы, давным-давно были переосмыслены. Неоднозначная реакция на фильм зрителей и кинокритиков, комментарии в электронных СМИ позволяют сделать вывод о том, что процесс «преодоления прошлого» в современной Германии еще далек от завершения.

Ключевые слова: историческая память, историческое сознание, «преодоление прошлого», Вторая мировая война, национал-социализм, А. Гитлер

Грибан Ирина Владимировна – кандидат исторических наук, директор музея истории Уральского государственного педагогического университета. E-mail: gribanirina@gmail.com

* Статья подготовлена при поддержке Российского гуманитарного научного фонда (РГНФ), проект № 15-01-00339.

Введение

В создании образов прошлого особую роль играют исторические художественные фильмы, которые не только оказывают влияние на формирование представлений о прошлом, но и подчас способны изменять личные воспоминания о тех или иных событиях. Как отмечает немецкий исследователь Ф. Бёш, «художественные фильмы вызывают к жизни воспоминания, которые находят коллективное признание у широкой общественности; поднимают такие темы и ставят такие вопросы, которые оказывают влияние не только на культуру памяти, но и работу историков»¹.

8 октября 2015 г. в кинотеатрах ФРГ состоялась премьера художественного фильма по одноименному роману журналиста Тимура Вермеша «Он снова здесь». Книга вышла в Германии еще в 2012 г. тиражом более миллиона экземпляров, очень быстро стала популярной и вызвала неоднозначную реакцию литературных критиков².

Главный герой романа – Адольф Гитлер, очнувшийся на пустыре (в том месте, где когда-то был его бункер) в современном Берлине и попадающий в новую политическую реальность со своими старыми идеологическими установками. Немецкое настоящее оказывается ужасным: нет войны, нет НСДАП, нет Мартина Бормана и Евы Браун; Германия, управляемая «неуклюжей женщиной с уверенным обаянием плакучей ивы» и очень сильно отклонившаяся в своем мультикультурном облики от параметров истиной арийской расы, находится в состоянии «ленивого и глубочайшего мира»³. На границах с ФРГ, к искреннему удивлению Гитлера, продолжает свое «протivoестественное существование» неуменьшая Польша, занимающая и часть территории бывшего Рейха⁴. Изучив современную прессу и вникнув в особенности политического положения Германии в XXI в., Гитлер узнает, что «немецкий рейх сменила некая федеральная республика, заклятый французский враг превратился в закадычного друга»⁵; существует Европейский Союз, похожий на банду школьников, которая не совсем хорошо понимает, для чего она вообще собралась; ультраправая Национал-демократическая партия Германии – «сборище вредоносных идиотов», а события в Афганистане – карикатура на войну⁶. В этих условиях воскресший Гитлер воспринимается современными немцами как талантливый комедиант, который постоянно живет в своем актерском образе и поэтому правдоподобен.

Возвращение фюрера в общество начинается с участия в качестве гостя в турецком юмористическом ток-шоу. В то время, как Гитлер абсолютно серьезно рассуждает о проблемах Германии (отмечая, что современные немцы гораздо лучше сортируют мусор, чем расы), его поклонники считают, что он иронизирует. Используя старые тезисы и технические средства, которых не было 70 лет назад, Гитлер быстро становится успешным шоуменом на телевидении и звездой YouTube. В результате он получает собственное ток-шоу и подписывает контракт на изда-

¹ Bösch 2007, 3.

² German Comic 2013; Oels, Timplan 2015.

³ Er ist wieder da 2015, 20–21.

⁴ Ebenda, 36.

⁵ Ebenda, 144.

⁶ Ebenda, 32–38.

ние книги, а ведущие политические партии пытаются привлечь его в свои ряды. В один из моментов Гитлер понимает, что «Имеется миллионная армия безработных, глухая ярость в народе, недовольство положением дел, напоминавшие <...> 1930 год <...> Говоря иными словами, ситуация <...> сложилась превосходная»⁷.

Необходимо отметить, что издателями был тщательно продуман дизайн книги. В результате появилась стильная и символичная обложка с характерной гитлеровской челкой и усиками. Символична была даже цена первого издания книги, напоминающая о годе прихода А. Гитлера к власти – 19,33 евро. За короткое время книга была переведена на 41 язык, была выпущена аудиоверсия романа, который читает известный немецкий комик К.М. Хербст⁸.

Фильм по содержанию значительно отличается от романа: за два последних года политическая обстановка изменилась. В 2012 г. Германия еще не была в центре миграционного кризиса, а по улицам Дрездена и Лейпцига не ходили многотысячные толпы сторонников движения «ПЕГИДА» («Патриотические европейцы против исламизации Запада»). В экранизированной версии использован интересный прием – Гитлер выходит на улицы и на фоне современных германских пейзажей общается с обычными немецкими гражданами. Среди них – любители домашних животных, предприниматели, молодые политики, журналисты, неонацисты и просто прогуливающиеся по Унтер-ден-Линден. Общаясь с обывателями, Гитлер критикует лживую прессу, ругает «тарабарское радио» и «поваренное телевидение», на котором вместо актуальных проблем обсуждают, как правильно приготовить овощи; радуется изобретению компьютера и сотового телефона; хвалит антитабачный закон⁹. Формат интервью с современными жителями Германии, использованный режиссером Д. Внентом, создает ощущение реальности происходящего.

В течение трех недель комедия оставалась лидером немецкого кинопроката. По данным «Frankfurter Allgemeine Zeitung», фильм посмотрели более 2 миллионов человек¹⁰. Почему фильм про внезапно воскресшего фюрера вызвал такой интерес? Ведь это далеко не первая попытка представить сатирический образ Гитлера (от «Великого диктатора» Ч. Чаплина до современных комиксов «Адольф» немецкого художника В. Мерса и «Бесславных ублюдков» К. Тарантино). Самая главная причина популярности, на наш взгляд, в том, что еще никогда комический образ фюрера не был настолько погружен в современные реалии. Гитлеру не нравятся те же явления действительности, что и большинству немцев, – пресные, однообразные, низкоинтеллектуальные телешоу, бездушные супермаркеты с самообслуживанием, мигранты на улицах. Вставив Гитлера в современный контекст, Вермеш переключил внимание с ужасающих последствий национал-социализма для Германии и всего мира на те проблемы, которые для восприятия легче и значимее, чем события 80-летней давности.

Трудно было бы выбрать более удачный момент для премьеры фильма: проблемы, затронутые его создателями, актуальны как никогда и касаются каждого гражданина ФРГ. На улицах Берлина разгуливают толпы мигрантов, немецкое

⁷ Er ist wieder da 2015, 150.

⁸ Christof Maria 2013.

⁹ Er ist wieder da 2015, 73–77.

¹⁰ FAZ 2015.

общество раскололось на сторонников толерантности и мультикультурности и противников миграционной политики правительства А. Меркель. В ряде городов с 2014 г. еженедельно проходят многотысячные митинги сторонников и противников движения «ПЕГИДА». Согласно данным социологических опросов, около 76% современных немцев поддерживают это движение и его создателей¹¹. Обозреватели ведущих общественно-политических изданий отмечают, что миграционный кризис изменил Германию: насилие и ненависть по отношению к мигрантам распространяются быстрее, чем это могло спрогнозировать правительство¹². Эксперты предупреждают: если так пойдет и дальше, то скоро в Германии возобладает такой же климат, какой был накануне прихода А. Гитлера к власти¹³.

Популярность фильма можно объяснить и тем фактом, что немецкая молодежь забыла о Гитлере, о нем известно слишком мало. Конечно, все знают, что Гитлер – военный преступник, но по прошествии десятилетий его преступления перестали быть частью личной истории каждого жителя ФРГ. По-видимому, проблема – в трансформации исторической памяти о нацистском прошлом. Осознание вины за преступления нацизма, произошедшее в процессе сложного и болезненного «преодоления прошлого», уступило место способности посмеяться над этим прошлым. Сегодня практически не осталось реальных свидетелей событий 1930-х гг., которые вряд ли смогли бы смеяться над рассуждениями Гитлера. Анализ обсуждения фильма на форумах приводит к выводу о том, что мнения обывателей о книге и фильме разные, но преимущественно – позитивные! Кто-то находит сюжет забавным, кто-то – скучным, кто-то сравнивает вышедшую ранее аудиокнигу и фильм, кто-то выявляет отличия от текста книги: «Весело!», «Безумно смешно!», «Самая успешная сатира!»¹⁴. И лишь единицы с возмущением заявляют, что в этом нет ничего смешного, что нельзя смеяться над Гитлером, как нельзя смеяться над Холокостом!

Существенным моментом является то, что в фильме упущены многие важные эпизоды из книги. Речи Гитлера о проблемах современной Германии в печатной версии сопровождаются его размышлениями о том, что он мог бы сделать в такой ситуации, и именно эти рассуждения возвращают читателя к реальности, к осознанию того, что этот человек – исчадие ада. Читая самый смешной момент, потом наталкиваешься на отрезвляющий эпизод, и смех замирает где-то внутри: «Стоп! Это – не смешно! Это – страшно». В фильме же акцент сделан на проблеме адаптации Гитлера к условиям современного высокотехнологичного общества с Интернетом, мобильными телефонами, компьютерами, Skype и электронной почтой:

– Гитлер, который при регистрации адреса электронной почты удивляется, что имя «Адольф точка Гитлер» занято, «адольфгитлер» в одно слово – тоже, и даже «Адольф нижнее подчеркивание Гитлер» забронировано;

– Гитлер, который не сразу догадывается, что надо нажать «на зеленую педаль» на телефоне, чтобы ответить на звонок;

– Гитлер, который изумляется тому, что любого интересующего человека можно «прогуглить»...

¹¹ Umfrage 2015.

¹² Gathmann, Reimann 2015; Hagen 2015.

¹³ Feldenkirchen 2015.

¹⁴ Buß 2015.

Над этим Гитлером можно смеяться – над его невежеством, неуклюжестью, нелепым видом в джинсах и кроссовках. Сатирическое в фильме преобладает, и Гитлер предстает милым безобидным старичком, радеющим за немецкий народ. И когда Гитлер избит неонацистами, которые считают его евреем, дискредитирующим нацизм, он вызывает сочувствие.

По словам самого автора бестселлера и сценария фильма Т. Вермеша, он хотел показать, что Гитлер, которого на протяжении десятилетий демонизируют, на самом деле был реальным человеком, и его окружали обычные немцы со своими насущными проблемами¹⁵... И проблемы, и немцы, оказывается, не так уж и изменились за минувшие десятилетия. Тот факт, что Гитлер погружен в иную историческую реальность и говорит о проблемах современной Германии, по замыслу автора, должен не столько заставить посмеяться, сколько задуматься и ужаснуться, помочь осознать, что появление такого Гитлера вполне возможно и в современной Германии.

Пожалуй, при таком подходе в сатирическом образе Гитлера нет ничего опасного и плохого – в конце концов, сюжет «воскрешения» фюрера не так уж и нов. Однако сегодня смотреть этот фильм идут люди, которые уже почти не застали свидетелей войны и преступлений нацизма. О Гитлере и его деяниях они знают по урокам истории и проявлениям современной массовой культуры. И вот им – этим немцам, которые уже настолько далеки от войны, воскресший Гитлер предстает в роли нелепого, забавного, и скорее привлекательного, чем страшного персонажа. Эти зрители смеются над шутками о том, что, Геббельс, пожалуй, смог бы быстро разобраться с проблемой мигрантов, изобретя «какой-нибудь новый Освенцим». В комментариях к статьям о фильме представители этого поколения пишут: «Вот бы нам сейчас такого Гитлера! Он бы, пожалуй, во всем разобрался!...»¹⁶. В конце концов мы можем наблюдать обратный эффект – исчезает страх не только перед Гитлером, но и перед нацизмом в целом, тот страх, который был неотъемлемой частью жизни послевоенного немецкого общества. Как справедливо подчеркивает Г.Д. Розенфельд, «несмотря на стремление Вермеша показать в ряде эпизодов аморальность Гитлера, в подавляющем большинстве сатирический подтекст и популярность романа свидетельствуют о растущей в немецком обществе тенденции нормализовать нацистский период истории Германии»¹⁷. Поколению XXI в. такой Гитлер не кажется ни плохим, ни опасным. Он вызывает симпатии и сочувствие и в конечном итоге – оказывает влияние на восприятие как этого исторического деятеля, так и событий 1930–1940-х гг.

Триумфальное шествие «нового старого Гитлера» в декорациях XXI в. негативно оценивается на страницах «Frankfurter Allgemeine Zeitung», в которой фильм характеризуется как «самое глупое и предательское, что появлялось в последнее время на киноэкране». Кинофильм «Он снова здесь» должен нам показать, кто мы. А не все ли мы – или большинство из нас – немного Гитлеры? Это главная идея комедии, созданной при помощи сомнительных приемов и способной привести к сомнительным последствиям»¹⁸.

¹⁵ Oltermann 2014.

¹⁶ Buß 2015.

¹⁷ Rosenfeld 2015, 219.

¹⁸ Altwegg 2015.

Мораль фильма гласит: «Он никогда и не исчезал, потому что он живет в нас, в каждом по отдельности. Адольф – человеконенавистник и массовый убийца – это мы все... Его нельзя убить». Именно эта идея, озвученная в конце фильма, должна отрезвить зрителя и заставить задуматься над тем, что в действительности смешно, а что – ужасно. Однако такому восприятию мешает современная политическая обстановка: воскресший Гитлер появился на экранах именно тогда, когда немецкое общество оказалось перед вызовом. Куда идет Германия? Какой она будет через 10, 20, 30 лет? Несмотря на попытки создателей фильма показать, что Гитлер – это чудовище, хотя и не лишенное обаяния, в целом образ фюрера кажется очень привлекательным. О таком политическом деятеле – сильном и решительном – можно мечтать, и, пожалуй, в этом – основная опасность такой репрезентации Гитлера. Популярность и книги, и снятого по ней фильма свидетельствует о том, что произошел сдвиг в исторической памяти немецкого общества о нацистском прошлом, происходит его «нормализация», стремление взглянуть на него под другим углом: смеясь, а не плача, притупляется восприятие аморальности нацистской идеологии, изменяются способы репрезентации этого периода истории. Фильм «Он снова здесь» стал вызовом современному немецкому обществу, проверкой на готовность воспринимать идеи национал-социализма, которые, казалось бы, давным-давно были переосмыслены.

Заключение

Один из ведущих российских германистов, член Российско-германской совместной комиссии историков, доктор исторических наук А.И. Борозняк, большую часть жизни посвятивший изучению послевоенной Германии и особенностей исторической памяти немецкого общества о национал-социализме и Второй мировой войне, в своем последнем фундаментальном труде «Жестокая память. Нацистский рейх в восприятии немцев второй половины XX и начала XXI века» отмечал, что «историческое сознание ФРГ не раз оказывалось на заминированной тропе, ведущей к так называемой нормализации фашистского периода»¹⁹. Подводя итог многолетним исследованиям процесса «преодоления прошлого» историками и обществом ФРГ, Борозняк задавал вопрос: «Удержится ли Германия на пути извлечения уроков из своего тоталитарного прошлого, не возникнет ли в Берлинской республике усталость от чувства национальной вины?»²⁰. Реакция зрителей и кинокритиков на фильм о вернувшемся фюрере, комментарии в электронных СМИ позволяют сделать вывод о том, что именно сегодня немецкое общество как никогда прежде далеко от «преодоления» своего сложного исторического прошлого. Вместе с тем критические статьи некоторых рецензентов показывают, что не все немцы довольны процессом «нормализации нацизма», а значит, у Германии все же есть шанс удержаться на пути извлечения уроков из прошлого...

¹⁹ Борозняк 2015, 336.

²⁰ Борозняк 2015, 342.

- Борозняк, А.И. 2015: *Жестокая память. Нацистский рейх в восприятии немцев второй половины XX и начала XXI века*. М.
- Вельцер, Х. 2005: История, память и современность прошлого. Память как арена политической борьбы. В кн.: *Память о войне 60 лет спустя: Россия, Германия, Европа*. М., 51–63.
- Altwegg, J. 2015: *Hitler trägt einen Barcode*. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/debatten/streit-um-franzoesische-ausgabe-von-mein-kampf-13879417.html>
- Bösch, F. 2007: Film, NS-Vergangenheit und Geschichtswissenschaft. Von „Holocaust“ zu „Der Untergang“. *Vierteljahresheft für Zeitgeschichte* 1, 1–32.
- Buß, C. 2015: Hitler-Groteske „Er ist wieder da“: Vorsicht, Witz mit Bart. *Spiegel*. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.spiegel.de/kultur/kino/er-ist-wieder-da-hitler-groteske-nach-timur-vermes-a-1056231.html>
- Feldenkirchen, M. 2015: Deutsche Verrohung: Was ist nur aus diesem Land geworden? *Spiegel*. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.spiegel.de/politik/deutschland/markus-feldenkirchen-ueber-die-verrohung-deutschlands-a-1060807.html>
- Gathmann, F., Reimann, A. 2015: Neue deutsche Gewalt: Vier Wochen im Herbst. *Spiegel*. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.spiegel.de/politik/deutschland/fluechtlinge-liste-fremdenfeindlicher-gewalt-a-1060847.html>
- Hagen, K. 2015: Volksverhetzung: Recht und Extreme. *Spiegel*. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.spiegel.de/politik/deutschland/pegida-recht-und-gesetz-bei-hass-und-hetze-a-1060914.html>
- Hanfeld, M. 2015: *Der Adolf in uns allen*. *Frankfurter Allgemeine Zeitung*. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/debatten/fragwuerdige-botschaft-der-hitler-satire-er-ist-wieder-da-13889773.html>
- Oels, D., Timplan, A. 2015: Zwischen Sitcom und Erschütterung: Rezeption eines Bestsellers. In.: *Er ist wieder da*. Köln, 431–443.
- Oltermann, P. 2014: Germany asks: is it Ok to laugh at Hitler. *The Guardian*. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.theguardian.com/books/2014/mar/23/germany-finally-poke-fun-hitler-fuhrer>
- Passlik, H. 2013: Christoph Maria Herbst liest “Er ist wieder da”. *Neue Westfälische*. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.nw.de/lokal/bielefeld/mitte/mitte/8715274_Christoph_Maria_Herbst_liest_Er_ist_wieder_da.html
- Pontz, Z. 2013: German Comic Novel about Hitler becomes Bestseller. *The Algemeiner*. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.algemeiner.com/2013/01/07/german-comic-novel-about-hitler-becomes-bestseller/>
- Rosenfeld, G.D. 2015: *Hi, Hitler! How the Nazi Past is being normalized in Contemporary Culture*. Cambridge.
- Schenker, A. (hrsg.) 2015: “*Er ist wieder da*” ist weiterhin Nummer 1 der Kinocharts. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.presseportal.de/pm/12946/3162927>
- Umfrage: Drei Viertel der Deutschen wollen Pegida vom Verfassungsschutz beobachten lassen. *Spiegel*. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.spiegel.de/politik/deutschland/pegida-76-prozent-der-deutschen-wollen-organisatoren-beobachten-lassen-a-1061027.html>
- Vermes, T. 2015: *Er ist wieder da*. Köln.
- Wilk, A. 2015: „Er ist wieder da“ – und zwar ganz oben. *Frankfurter Allgemeine Zeitung*. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/kino/hEr-ist-er-ist-wieder-da-auf-platz-1-der-kinocharts-13879073.html>

REFERENCES

- Boroznjak, A.I. 2015: *Zhestokaja pamjat'. Nacistskij rejh v vosprijatii nemcev vtoroj poloviny HH i nachala XXI veka*. Moscow.
- Vel'cer, H. 2005: Istorija, pamjat' i sovremennost' proshlogo. Pamjat' kak arena politicheskoy bor'by. In: *Pamjat' o vojne 60 let spustja: Rossija, Germanija, Evropa*. Moscow, 51–63.
- Altwegg, J. 2015: *Hitler trägt einen Barcode*, <http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/debatten/streit-um-franzoesische-ausgabe-von-mein-kampf-13879417.html>
- Bösch, F. 2007: Film, NS-Vergangenheit und Geschichtswissenschaft. Von „Holocaust“ zu „Der Untergang“. *Vierteljahresheft für Zeitgeschichte* 1, 1–32.
- Buß, C. 2015: Hitler-Groteske „Er ist wieder da“: Vorsicht, Witz mit Bart. *Spiegel*, <http://www.spiegel.de/kultur/kino/er-ist-wieder-da-hitler-groteske-nach-timur-vermes-a-1056231.html>
- Feldenkirchen, M. 2015: Deutsche Verrohung: Was ist nur aus diesem Land geworden? *Spiegel*, <http://www.spiegel.de/politik/deutschland/markus-feldenkirchen-ueber-die-verrohung-deutschlands-a-1060807.html>
- Gathmann, F., Reimann, A. 2015: Neue deutsche Gewalt: Vier Wochen im Herbst. *Spiegel*, <http://www.spiegel.de/politik/deutschland/fluechtlinge-liste-fremdenfeindlicher-gewalt-a-1060847.html>
- Hagen, K. 2015: Volksverhetzung: Recht und Extreme. *Spiegel*, <http://www.spiegel.de/politik/deutschland/pegida-recht-und-gesetz-bei-hass-und-hetze-a-1060914.html>
- Hanfeld, M. 2015: *Der Adolf in uns allen*. *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, <http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/debatten/fragwuerdige-botschaft-der-hitler-satire-er-ist-wieder-da-13889773.html>
- Oels, D., Timplan, A. 2015: Zwischen Sitcom und Erschütterung: Rezeption eines Bestsellers. In.: *Er ist wieder da*. Köln, 431–443.
- Oltermann, P. 2014: Germany asks: is it Ok to laugh at Hitler. *The Guardian*, <http://www.theguardian.com/books/2014/mar/23/germany-finally-poke-fun-hitler-fuhrer>
- Passlik, H. 2013: Christoph Maria Herbst liest “Er ist wieder da”. *Neue Westfälische*, http://www.nw.de/lokal/bielefeld/mitte/mitte/8715274_Christoph_Maria_Herbst_liest_Er_ist_wieder_da.html
- Pontz, Z. 2013: German Comic Novel about Hitler becomes Bestseller. *The Algemeiner*, <http://www.algemeiner.com/2013/01/07/german-comic-novel-about-hitler-becomes-bestseller/>
- Rosenfeld, G.D. 2015: *Hi, Hitler! How the Nazi Past is being normalized in Contemporary Culture*. Cambridge.
- Schenker, A. (hrsg.) 2015: “Er ist wieder da” ist weiterhin Nummer 1 der Kinocharts, <http://www.presseportal.de/pm/12946/3162927>
- Umfrage: Drei Viertel der Deutschen wollen Pegida vom Verfassungsschutz beobachten lassen. *Spiegel*, <http://www.spiegel.de/politik/deutschland/pegida-76-prozent-der-deutschen-wollen-organisatoren-beobachten-lassen-a-1061027.html>
- Vermes, T. 2015: *Er ist wieder da*. Köln.
- Wilk, A. 2015: „Er ist wieder da“ – und zwar ganz oben. *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, <http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/kino/hEr-ist-wieder-da-auf-platz-1-der-kinocharts-13879073.html>

“THE FUHRER IN EACH OF US”: AN IMAGE OF A. HITLER AND
“OVERCOMING OF THE PAST” IN MODERN GERMANY

Irina V. Griban

*Ural State Pedagogical University, Russia,
gribanirina@gmail.com*

Abstract. It is believed that special influence on formation and preservation of historical memory of the people is made by feature films: they not only make memories of past events important, but also draw public attention to debatable historical subjects. The article is devoted to the analysis of the feature film on a novel of the same name of the publicist T. Vermes “He is back” and to his impact on the German society. The main character of the novel – Adolf Hitler who regained consciousness in 2015 in modern Berlin and got to new political reality with the old ideological installations. Homeless and destitute, he interprets everything he sees and experiences in 2015 from a Nazi perspective and although everyone recognizes him, nobody believes that he is the real Hitler; he is perceived as the comedian and the talented actor who got used to an image. He appears on a television show called «Whoa, dude!» to broadcast his views. Videos of his angry rants become quickly extend thanks to YouTube, and Hitler becomes well-known. Eventually, he uses his popularity to return to politics. The popularity of the novel of T. Vermes and the shot movie demonstrates that in historical memory of the German society of the nazi past there is a shift: his “normalization” begins, there is an aspiration to look at it from a different angle (laughing, but not crying), the perception of immorality of nazi ideology becomes blurred, ways of representation of this period of history have changed. The movie “He is back” has become a challenge to the modern German society, its readiness to perceive ideas of national socialism which, apparently, were rethought long time ago. Ambiguous reaction to the movie of the audience and film critics, comments in electronic mass media allow to draw a conclusion that process of “the overcoming the past” in modern Germany is still far from end.

Key words: historical memory, historical consciousness, “overcoming the past”, World War II, national socialism, A. Hitler



ЛОЗУНГ И РЕКЛАМА В ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ (общее и различное)

В.М. Мокиенко

*Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург,
mokienko40@mail.ru*

Аннотация. В статье делается попытка сопоставить две прагматические языковые единицы – лозунг и рекламу. Функционально они отличаются: лозунг нацелен на идеологию, а реклама преследует чисто коммерческие интересы. Но их объединяет более общая функция – функция призыва, воздействия на сознание и детерминирования поведения тех, кому они предназначены. Автор на конкретных примерах демонстрирует общие и различные функциональные свойства лозунга и рекламы и приходит к выводу, что в современном политическом дискурсе наблюдается тенденция к их сближению. И язык современной рекламы, и язык современного лозунга являются зеркальным отражением всех основных особенностей нашей речевой системы. Их объединяет стремление к оригинальности, вызванное желанием «заманить» потенциального пользователя рекламы или объект идеологического воздействия в свои сети. Отсюда – повышенная креативность текстов рекламы и лозунга и широкое использование словесной игры, апеллирующей к смысловой двуплановости, резкому диссонансу стилистических регистров. Стилистическая сниженность рекламы при этом в какой-то степени противоречит запрограммированному патетизму лозунгов. Но это противоречие нейтрализуется тенденцией к ниспровержению идиологем таким злободневным жанром, как антипословицы. Следовательно, и здесь тенденция к повышению экспрессивности за счет стилистического снижения в какой-то мере общая и для лозунга, и для рекламы.

Исследуя структурно-семантические типы лозунгов, автор отталкивается от классификации лозунгов на лозунги-призывы, лозунги-пожелания, лозунги-констатации и лозунги-патетизмы и доказывает ее применимость к квалификации рекламных языковых единиц.

Ключевые слова: лозунг, реклама, прагматическая функция языка, лозунги-призывы, лозунги-пожелания, лозунги-констатации и лозунги-патетизмы, словесная игра, фразеологизмы, пословицы, антипословицы

Введение

Сопоставление (а не противопоставление) таких прагматически нацеленных языковых единиц, как *лозунг* и *реклама* на первый взгляд может показаться не совсем оправданным. Ведь *лозунг* функционально нацелен на идеологию, на политические призывы, в то время как *реклама* прямолинейно преследует чисто

Мокиенко Валерий Михайлович – доктор филологических наук, профессор кафедры славянской филологии Санкт-Петербургского государственного университета. E-mail: mokienko40@mail.ru

коммерческие интересы. Сами определения этих терминов подчеркивают столь немаловажное функциональное их различие. *Лозунг*, по одной из традиционных дефиниций, – это «призыв, в краткой форме выражающий руководящую идею, задачи или требования партии в определенный исторический момент»¹. Под *рекламой* же в узком значении обычно понимается «размещение объявления (рекламы) обычно в средствах массовой информации и на наружных щитах <...> платное, однонаправленное обращение производителя, агитирующее за покупку его товара», а в широком – «любое обращение производителя к своему потенциальному потребителю и использование им для этого большого арсенала средств: нетрадиционные газетные заметки, выставки, коммерческие семинары, определенная маркировка и упаковка товара, внутренние витрины и т.д.»².

Широкое значение слова *реклама*, как видим, и дает основание для ее сопоставления с термином *лозунг*. И *лозунг*, и *реклама* – это призывы. Но если первый призывает к активным идеологическим действиям, то вторая – это призыв к покупке конкретного товара. Не случайно французская пословица гласит «*La reclame – c'est l'âme de commerce*». И действительно: если *реклама* – душа коммерции, то *лозунг* – душа идеологии. Эта «душевность» коренится в общем психологическом и психолингвистическом механизме языкового манипулирования: подталкивании адресата к некритичному восприятию призыва к действию, что способствует «возникновению в его сознании определенных иллюзий и заблуждений, провоцирует его на совершение выгодных для манипулятора поступков»³.

Реклама, создающая мифологию современных массовых вожделений, стала регулятором массового поведения, поскольку ее главное назначение – воздействовать на наше сознание и детерминировать поведение тех, кому она предназначена. Эта основная функция рекламы делает ее важнейшим объектом изучения специалистами по маркетингу, социологами, психологами и лингвистами. *Лозунг* также подвергается анализу социологов, политологов, психологов и лингвистов. При таком анализе собственно лингвистические особенности этих двух языковых единиц становятся наиболее объективным мерилем их прагматической направленности. И это тоже объединяет *лозунг* и *рекламу*.

Более того, – и язык современной *рекламы*, и язык современного *лозунга* являются зеркальным отражением всех основных особенностей нашей речевой системы. Именно в этом русле, например, исследуют язык рекламы специалисты (М.В. Ягодкина, Л.В. Полубиченко, А.А. Миронова, М.Е. Новичихина, Ю.К. Пирогова, И.А. Ишминецкая, Д.С. Скарнев и др.). Сопоставляя такие исследования с результатами наблюдений над лозунгами и близкими к ним единицами в современном политическом дискурсе России и Германии в рамках совместного российско-немецкого проекта «*Das publizistische Arsenal gesellschaftlicher Bewegungen in Russland und Deutschland. Verbale Mittel zur Konfliktlösung und zur Erreichung von Toleranz*», поддержанного Российским гуманитарным научным фондом (РГНФ) и Немецким Научным Обществом (DFG: WA 1689/5–1) и представленными в специальной монографии⁴, легко заметить, что такое отражение достигается практи-

¹ Ушаков (ред.) 1938/2, 85.

² Ягодкина 2009, 15–16.

³ Быкова 1999, 99.

⁴ Вальтер, Жигулина, Михин, Михина, Осипова, Позднякова, Чернова, Шулежкова 2015.

чески тождественными языковыми средствами. И рекламный, и лозунговый дискурсы образуют своеобразный языковой палимпсест, в котором амальгамированы различные пласты – от фольклорного и литературного до бранного и сленгового. Т.е. в арсенал лозунгов и рекламы вливается все то, что, став востребованным, активизировалась как в средствах массовой информации, так и в общерусском социальном пространстве. Их объединяет стремление к оригинальности, вызванное желанием «заманить» потенциального пользователя рекламы или объект идеологического воздействия в свои сети. Отсюда – повышенная креативность текстов рекламы и лозунга и широкое использование словесной игры, так называемого «стеба», апеллирующего к смысловой двуплановости, «осцилляции смыслов»⁵, резкому диссонансу стилистических регистров. Стилистическая сниженность рекламы, правда, в какой-то степени противоречит запрограммированному патетизму лозунгов. Действительно: если первая подыгрывает настроенности ее потребителей на психологический релакс, отключение рационального за счет апелляции к эмоциональному, то вторая, как будто наоборот, – призывает к максимальной идеологической сосредоточенности, готовности к решительным идеологическим действиям. Но это противоречие нейтрализуется известной и уже описанной тенденцией к ниспровержению идиологием таким злободневным жанром, как *анти-пословицы*⁶. Следовательно, и здесь тенденция к повышению экспрессивности за счет так называемого «стеба» в какой-то мере общая и для лозунга, и для рекламы.

Исследуя структурно-семантические типы лозунгов, также легко обнаружить черты не только типологического и функционального, но и генетического сходства. Случаев, когда они выступают даже в некоем симбиозе, немало. По предложенной нами классификации⁷, типология лозунгов выглядит следующим образом:

1. Лозунги-призывы.
2. Лозунги-пожелания.
3. Лозунги-констатации.
4. Лозунги-патетизмы.

В принципе она, с учетом отмеченного выше семантико-функционального отличия, вполне применима и к квалификации рекламных языковых единиц. Разумеется, не все рубрики этой квалификации будут совпадать в рекламных роликах с одинаковой частотностью – например, последняя группа здесь будет менее представлена, чем в лозунгах. Но такие, например, советские рекламные призывы, как *Храните деньги в сберегательной кассе!* или *Все на борьбу с красным петухом!* заквашены именно на патетизме своего времени. В этом же ключе звучат и такие слоганы-полурекламы, как *Советское – значит отличное!* или реклама советской телепередачи *Больше хороших товаров!* при их дефиците.

Вошли в поговорку рекламные лозунги: *Летайте самолетами Аэрофлота!* (не только вследствие распространенности этой рекламы, но и из-за ее сомнительной коммерческой ценности, ибо Аэрофлот был единственным воздушным перевозчиком в стране), *Кто куда, а я – в Сберкасса!* (при единственно возможном банке для вклада своих финансов) или *Страхуйте имущество от пожара!* (при

⁵ Mukařovský 1971, 309.

⁶ Mieder 1997, 1998, 1999; Вальтер, Мокиенко 2005.

⁷ Вальтер, Мокиенко 2015.

монопольном страховом обществе Госстрах). Ср. *Нигде кроме, как в Моссельпроме, Накопил – машину купил* и под.

Можно возразить, что такого рода языковые единицы – лишь полулозунги или полурекламы. Однако здесь прослеживается определенная логика и лозунга, и рекламы. В целом – это перераспределение и управление спросом на определенный вид товаров или услуг. В случае с Аэрофлотом – это конкуренция с аналогичными услугами железнодорожного транспорта, автотранспорта и так далее. В случае со сберегательными кассами – попытка уменьшить количество денежной массы, хранимой и накапливаемой «под подушкой». Аналогичны примеры и в другой рекламе советских монополистов. Некоторые образцы рекламы тех лет в настоящее время оцениваются как произведения искусства. Следовательно (имея в виду коммерческую доминанту), это скорее жанр *рекламы* (пусть и советской, несколько «беззубой»), чем *лозунга*.

Причины тесного функционального и структурного взаимодействия *лозунга* и *рекламы* кроются не только в их прагматической близости и языковой подоплеке. У нас они имеют и социально-исторические корни. Реклама в СССР после упразднения НЭПа стала практически ненужной из-за известного дефицита самых необходимых товаров. Рудименты рекламы все чаще и больше стали напоминать *лозунги*, которые не просто вытеснили *рекламу* дореволюционной России, но и стали мощнейшим инструментом идеологической обработки советского населения⁸.

Взаимодействие *лозунга* в его классическом понимании и *рекламного слогана* – знамение и нынешней российской капиталистической (resp. псевдокапиталистической) действительности. И потому их скрещение вызывает особый языковой эффект – «игру на гранях языка»⁹, языковую карнавализацию. А.Н. Баранов справедливо отмечает: «Разрушение ритуального дискурса <...> привело к чрезвычайно интересным языковым процессам, которые заслуживают самого пристального внимания лингвистов. Один из этих феноменов – языковая игра, выполняющая целый комплекс функций: от разрушения старой политической реальности до “карнавального” осмысления и переживания нового состояния общества»¹⁰. В орбиту этой игры нередко и попадают лозунги-рекламы.

Не случайно, например, крылатое шутивно-ироническое выражение *Автомобиль – не роскошь а средство передвижения*, известное всем с 30-х годов прошлого века как один из лозунгов, которым восторженные зеваки приветствовали машину «Антилопа гну» с Остапом Бендером и его компаньонами-жуликами, случайно оказавшимися на трассе автопробега «Москва – Харьков – Москва»¹¹, сейчас стало не только сентенцией, подчеркивающей необходимость владения легковым автомобилем¹², но и популярным рекламным роликом. И это не случайно, ибо «автомобиль рассматривается в рекламе в большей степени как имиджевый аксессуар, подчеркивающий стиль и позиционирование личности в социуме, поскольку он является продолжением индивидуальности и образа жизни человека»¹³. Отсю-

⁸ Мокиенко 2015.

⁹ Норман 2006.

¹⁰ Баранов 1993, 63.

¹¹ Ильф, Петров 1931/VI.

¹² Берков, Мокиенко, Шулежкова 2000, 21.

¹³ Скнарев 2015, 185–186.

да – многочисленные рекламные трансформации этого лозунга, призывающие к покупке различных предметов с аллюзией на известное крылатое выражение типа *ТУБ1 – не роскошь, а средство передвижения*; *Обувные аксессуары – не роскошь, а средства для поддержания адекватного внешнего вида*; *Одноразовые шприцы – это не роскошь, а средство личной гигиены*; *Радиоаппарат – не роскошь, а необходимость*¹⁴. А из них уже фонтанируют многочисленные шуточные трансформации («приколы») этого лозунга в современных антипословицах: *Автомат не роскошь, а средство общения*; *Деньги не роскошь, а средство для пропивания*; *Длинные ноги – это не роскошь, а средство продвижения по служебной лестнице*; *Народ не роскошь, а средство обогащения*; *Партия не роскошь, а средство попасть в Думу*; *Танки не роскошь, а средство для установления социалистической демократии*; *Унитаз не роскошь, а средство для похудения* и мн. др.¹⁵ Они, с одной стороны, сохраняют заданную этой фразе И. Ильфом и Е. Петровым «лозунговость», а с другой – отражают одну из доминантных тенденций современной русской речи – стремление к обостренной «смеховой культуре». Некоторые же из них, – такие, например, как *Еврейская жена не роскошь, а средство передвижения*, являют собою даже некое «единство противоположностей», амальгируя в себе как функционально-семантические свойства лозунга, так и «прикольность» современных крылатых выражений.

В этом же русле рекламируются, травестируясь, и травестируются, рекламируясь, и многие бывшие советские лозунги. Так, ленинский лозунг первых пятилеток, ориентированных на строительство коммунизма в одной, отдельно взятой стране, *Коммунизм – это есть Советская власть плюс электрификация всей страны* перекочевывает в рекламный ролик компьютерных торговцев – *Плюс компьютеризация всей страны!*¹⁶, а международный лозунг борцов за мир *Пусть всегда будет солнце!*, восходящий к песне А.И. Островского на стихи Л.Н. Ошанина и имеющий свою советскую предысторию, становится не только популярным первомайским плакатом, но и современным рекламным заголовком: *Пусть всегда будут окна!*¹⁷. Тут уже травестированный лозунг и прагматически заостренная реклама «связаны одной цепью». Ср. также соединение *солнца* и «*Сникерса*» в одном из контекстов «Комсомолки»: «Та эпоха называлась застойной, потому что дети постоянно талдычили взрослым: “*пусть всегда будет солнце*”, а не *пусть всегда будет сникерс*»¹⁸. Подобных лозунго-рекламных перевоплощений немало зафиксировано в «Большом словаре крылатых слов русского языка»¹⁹ и в нашем русско-польском словаре крылатых слов²⁰.

Заключение

Таково логическое движение от исходной пропагандистской патетики, заложенной в природе лозунга, до ее низвержения, депатетизации в рекламе или

¹⁴ www.ruscopora.ru.

¹⁵ Вальтер, Мокиенко 2005.

¹⁶ Комсомольская правда 29.01.1994.

¹⁷ Магнитогорские вести 26.02.2002.

¹⁸ Комсомольская правда 20.10.1993.

¹⁹ Берков, Мокиенко, Шулежкова 2000.

²⁰ Chlebda, Mokienko, Szuleżkova 2003.

полурекламе. Уже поэтому лингвистическое исследование современного лозунга в сопоставлении с рекламой и, наоборот, современной *рекламы* в сопряжении с лозунгом как особых, но функционально близких языковых единиц и оправдано, и необходимо.

ЛИТЕРАТУРА

- Баранов, А.Н. 1993: Языковые игры времени перестройки (Феномен политического лозунга). *Russistik* 2, 63–74.
- Берков, В.П., Мокиенко, В.М., Шулежкова, С.Г. 2000: *Большой словарь крылатых слов русского языка*. М.
- Быкова, О.Н. 1999: Языковое манипулирование. *Теоретические и прикладные аспекты речевого общения* 1 (8), 93–99.
- Вальтер, Х., Жигулина, Д.В., Михин, А.Н., Михина, О.В., Осипова, А.А., Позднякова, Н.В., Чернова, О.Е., Шулежкова, С.Г. 2015: *Публицистический арсенал общественных движений России и Германии*: колл. моногр. Магнитогорск–Грайфсвальд.
- Вальтер, Х., Мокиенко, В.М. 2005: *Антипословицы русского народа*. СПб.
- Вальтер, Х., Мокиенко, В.М. 2015: Структура лозунга и его дефиниции. В сб.: *На крыльях слова: материалы междунар. заоч. науч. конф., посвящ. юбилею д-ра филол. наук, проф. С.Г. Шулежковой*. Магнитогорск, 289–300.
- Мокиенко, В.М. 2015: Язык современной русской рекламы: от профессиональной речи к сленгу. В сб.: *Стратификация национального языка в современном российском обществе: статьи Пятой Всерос. конф.* СПб.–Златоуст, 159–166.
- Норманн, Б.Ю. 2006: *Игра на гранях языка*. М.
- Скнарев, Д.С. 2015: *Языковые средства создания образа в рекламном дискурсе: семантический, прагматический, маркетинговый аспекты*: дис. ... д-ра филол. наук. Челябинск.
- Ушаков, Д.Н. (ред.) 1938: *Толковый словарь русского языка*: в 4 т. Т. 2. М.
- Ягодкина, М.В. 2009: *Язык рекламы как средство формирования виртуальной реальности*: дис. ... д-ра филол. наук. СПб.
- Chlebda, W., Mokienko, V.M., Szulezkowa, S.G. 2003: *Rosyjsko-polski słownik skrzydlatych słów*. Łask.
- Mieder, W. 1997: *Ver-Kehrte Worte: Antizitate aus Literatur und Medien*. Wiesbaden.
- Mieder, W. 1998: *Verdrehte Weisheiten: Antisprichwörter aus Literatur und Medien*. Wiesbaden.
- Mieder, W. 1999: *Phrasen verdreschen: Antisredensarten aus Literatur und Medien*. Wiesbaden.
- Mukařovský, J. 1971: Přísloví jako součást kontextu. In.: *Cestami poetiky a estetiky*. Praha, 277–359.

REFERENCES

- Baranov, A.N. 1993: Jazykovye igry vremeni perestrojki (Fenomen politicheskogo lozunga). *Russistik* 2, 63–74.
- Berkov, V.P., Mokienko, V.M., Shulezhkova, S.G. 2000: *Bol'shoj slovar' krylatyh slov russkogo jazyka*. Moscow.
- Bykova, O.N. 1999: Jazykovoe manipulirovanie. *Teoreticheskie i prikladnye aspekty rechevogo obshhenija* 1 (8), 93–99.
- Chlebda, W., Mokienko, V.M., Szulezkowa, S.G. 2003: *Rosyjsko-polski słownik skrzydlatych słów*. Łask.
- Jagodkina, M.V. 2009: *Jazyk reklamy kak sredstvo formirovanija virtual'noj real'nosti*: dis. ... d-ra filol. nauk. Saint-Petersburg.
- Mieder, W. 1997: *Ver-Kehrte Worte: Antizitate aus Literatur und Medien*. Wiesbaden.

- Mieder, W. 1998: *Verdrehte Weisheiten: Antispruchwörter aus Literatur und Medien*. Wiesbaden.
- Mieder, W. 1999: *Phrasen verdreschen: Antisredensarten aus Literatur und Medien*. Wiesbaden.
- Mokienko, V.M. 2015: Jazyk sovremennoj ruskoj reklamy: ot professional'noj rechi k slengu. In: *Stratifikacija nacional'nogo jazyka v sovremennom rossijskom obshchestve: stat'i Pjatoj Vseros. konf.* Saint-Petersburg–Zlatoust, 159–166.
- Mukařovský, J. 1971: Přísloví jako součást kontextu. In: *Cestami poetiky a estetiky*. Praha, 277–359.
- Normann, B.Ju. 2006: *Igra na granjah jazyka*. Moscow.
- Sknarev, D.S. 2015: *Jazykovye sredstva sozdaniya obraza v reklamnom diskurse: semanticheskij, pragmaticheskij, marketingovyy aspekt*: dis. ... d-ra filol. nauk. Cheljabinsk.
- Ushakov, D.N. (red.) 1938: *Tolkovyy slovar' russkogo jazyka*: v 4 t. T.2. M.
- Val'ter, H., Mokienko, V.M. 2005: *Antiposlovicy russkogo naroda*. Saint-Petersburg.
- Val'ter, H., Mokienko, V.M. 2015: Struktura lozunga i ego definicii. In: *Na kryl'jah slova: materialy mezhdunar. zaoch. nauch. konf., posvjashh. jubileju d-ra filol. nauk, prof. S.G. Shulezhkovej*. Magnitogorsk, 289–300.
- Val'ter, H., Chernova, O.E., Mihin, A.N., Mihina, O.V., Osipova, A.A., Pozdnjakova, N.V., Shulezhkova, S.G., Zhigulina, D.V. 2015: *Publicisticheskij arsenal obshchestvennykh dvizhenij Rossii i Germanii: koll. monogr.* Magnitogorsk–Greifswald.

THE SLOGAN AND ADVERTISING IN THE JOURNALISTIC DISCOURSE (similarities and differences)

Valery M. Mokiienko

Saint-Petersburg State University, Russia,
mokiienko40@mail.ru

Abstract. The article is an attempt to compare the two pragmatic language units – a *slogan* and *advertising*. Functionally, they are different: the *slogan* is functionally focused on ideology and *advertising* pursues net commercial interests. But they are united by more general function – function of an appeal, the impact on the consciousness and determinacy of the behaviour of those to whom they are intended. Using specific examples the author demonstrates general and various functional properties of the slogan and advertising and concludes that in modern political discourse there is a tendency to bring them closer. Both language of modern advertising, and language of the modern slogan are a specular reflection of all main features of our speech system. They are united by the aspiration to originality, due to the desire to “lure” a potential user of advertising or the object of ideological influence in their networks. Hence – the increased creativity of advertising texts and slogans and extensive use of verbal game, appealing to the semantic duality, a sharp dissonance of stylistic registers. Stylistic decline in advertising at the same time to some extent is contradicted by the programmed pathetism of slogans. But this contradiction is neutralized by a tendency to overthrow of the ideologems by such genre as anti-proverbs. Consequently, there is uptrend expressiveness due to the stylistic decline in some way, and for both the slogan and advertising.

Researching the structural and semantic types of slogans, the author proceeds from the classification of slogans on –slogans-appeals, slogans-wishes, stating slogans and slogans-pathetisms and proves its applicability to the qualification of advertising language units.

Key words: slogan, advertising, pragmatic function of language, slogans-appeals, slogans-wishes, stating slogans, slogans-pathetisms, word game, idioms, proverbs, anti-proverbs



Problemy istorii, filologii, kul'tury
3 (2016), 174–182
© The Author(s) 2016

Проблемы истории, филологии, культуры
3 (2016), 174–182
© Автор(ы) 2016

ВЫ ЭТОЙ ЖЕНЩИНЕ СДАЛИ БЫ КОМНАТУ В НАЁМ?
(Секреты успешности плакатов в современном политическом дискурсе
России и Германии)*

Н.В. Позднякова*, Х. Вальтер**

* *Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова,
Магнитогорск,
merkulovanv@bk.ru*

** *Грайфсвальдский университет им. Эрнста Морица Арндта, Грайфсвальд,
walter@uni-greifswald.de*

Аннотация. В современном политическом дискурсе, несмотря на появление и функционирование большого числа новых визуальных средств, плакат остается одним из главных способов воздействия. Однако многие плакаты являются однодневками и зачастую не достигают той цели, для которой были созданы.

В данной статье рассматриваются образцы успешных плакатов, существующих в современном коммуникативном пространстве России и Германии; на их примере анализируются приемы, позволяющие создавать плакатное полотно, способное воздействовать на зрителя, выявляется проблематика, содействовавшая появлению на свет удачных визуальных средств.

Авторы приходят к выводу, что успешная судьба плаката складывается из нескольких компонентов. Во-первых, это грамотное расположение визуальных и вербальных составляющих, использование фона, масштаба и пр. Во-вторых, это создание ярких визуальных образов, понятных адресанту плаката. В-третьих, остроумное вербальное сопровождение. Наиболее удачными оказываются плакаты, на которых обыгрываются слова и фразеологизмы, дополняющие или своеобразно трактующие изобразительный ряд. И главное, для появления плаката необходима актуальная проблематика, основанная на политической либо социальной ситуации, способствующей зарождению новых образов или трактовке старых, получающих в новых условиях иную семантику.

Позднякова Наталья Викторовна – кандидат филологических наук, старший научный сотрудник словарной лаборатории Магнитогорского государственного технического университета им. Г.И. Носова. E-mail: merkulovanv@bk.ru

Вальтер Харри – доктор филологических наук, профессор кафедры славянского языкознания, старший научный сотрудник Института славистики Грайфсвальдского университета им. Эрнста Морица Арндта, член Фразеологической комиссии при Международном комитете славистов. E-mail: walter@uni-greifswald.de

* Работа выполнена при поддержке Гранта РГНФ «Публицистический арсенал общественных движений в России и Германии. Вербальные средства преодоления конфликтов и достижения толерантности» (2015, № 15-24-06001a(м)) и при поддержке Немецкого научно-исследовательского сообщества (DFG) (проект WA 1689/5-1).

Успехом в коммуникативном пространстве современной Германии пользуются плакаты, посвященные проблемам расизма и национализма, которые напрямую связаны с актуальной для страны проблемой беженцев. В российском коммуникативном пространстве удачные образцы визуального искусства поднимают проблемы, связанные с внешней политикой государства и внутривнутриполитической борьбой политических партий. Сходными для обеих стран являются проблемы, связанные с общечеловеческими ценностями.

Ключевые слова: Россия, Германия, коммуникативное пространство, плакат, общечеловеческие ценности, беженцы, расизм, национализм, предвыборная гонка

Введение

В современном политическом дискурсе Германии и России число визуальных средств увеличивается вместе с развитием информационных технологий; политтехнологи ищут все новые способы воздействия на граждан, но плакат продолжает играть далеко не последнюю скрипку в коммуникативном пространстве.

Важнейшими приемами, обеспечивающими успешность плаката, являются: 1) *однозначное толкование образов*, способствующее созданию необходимого пропагандистского эффекта; 2) *масштаб образов* (Размер образа зависит от значения, а не подчиняется законам перспективы); 3) *месторасположение* (На первый план обычно выдвигается наиболее значимая фигура, что подчеркивается ее статичностью и пропорцией фигуры); 4) *фон*, который сам по себе несет немалую смысловую и семантическую нагрузку; 5) *динамика плаката*, которая имеет несколько функций. Во-первых, это направление движения во времени: будущее – это направление слева снизу в правый верхний угол, прошлое – это направление справа налево. Во-вторых, динамика изображения задает рассказ, создает сюжет, хотя сюжет не обязательно должен быть нарративом¹.

Помимо правильного построения плакатного полотна, слагаемыми успешности плаката, как самостоятельного публицистического жанра, являются яркие визуальные образы, совмещенные с удачным вербальным сопровождением, а главное – острые, насущные проблемы, волнующие то или иное общество.

Весьма актуальным в современной Германии оказался плакат художника Клауса Штэка (Klaus Staeck), созданный в 1973 г., на котором изображена бедная, болезненная женщина. Надпись под изображением гласит: „Würden Sie dieser Frau ein Zimmer vermieten?“ (букв. «Вы этой женщине сдавали бы комнату в наём?»)².



Многие в Германии, наверное, скажут: «Нет! Откуда она? Кто будет платить за квартиру? Как она будет себя вести?». Дело в том, что плакат намекает на ситуацию, в которой сегодня оказалась Германия: вокруг коренных жителей много людей других культур с необычными для немцев привычками и манерой поведения. В России, думается, этой женщине тоже откажут, но причиной станет только

¹ Басков 2003.

² Staeck 1973, 90.

ее внешний вид, свидетельствующий о преклонном возрасте и бедственном материальном положении.

Интересно, что изображенная на плакате женщина – мать Альбрехта Дюрера, Барбара Дюрер, которую художник нарисовал в 1514 г., когда ей было 63 года. Что же способствовало превращению одного из самых проникновенных портретов в истории графики в современный, политически актуальный плакат? Это сопровождение визуального образа (черно-белый портрет, написанный углем) надписью, которая напоминает о волнующей современных граждан Германии проблеме с беженцами. (Ради справедливости отметим, что плакат появился в 1973 г., когда немецкий плакатист Клаус Штек использовал портрет для открытия выставки в Нюрнберге, посвященной Дюреру.)

Роль слова в плакате огромна. Правильно подобранное вербальное сопровождение гарантирует плакату долгую жизнь в коммуникативном пространстве. Наиболее удачными нередко оказываются плакаты, на которых обыгрываются слова и фразеологизмы, дополняющие или своеобразно трактующие изобразительный ряд. Такие образцы плакатного искусства способны воздействовать на сознание людей не хуже других средств пропаганды, используемых с манипулятивными или другими целями.

Так, немецкая благотворительная организация „Brot für die Welt“ («Хлеб для мира») опубликовала серию плакатов под лозунгом „Würde für den Menschen“ – «Достоинство человека» (цв. вкл. 1). Все плакаты посвящены одной теме – проблеме человеческого достоинства. Они выполнены в одном стиле: на оранжевый фон нанесены надписи белым шрифтом. Отсутствие художественно-изобразительных изысков доказывает, что главная воздействующая сила принадлежит слову. Например, на первом плакате (цв. вкл. 1, рис. 1) фраза „Würde sollte kein Konjunktiv sein“ («Достоинство не должно быть в сослагательном наклонении») построена на игре слова „würde“ (составная часть немецкого конъюнктива) с омонимом „Würde“ (букв.: достоинство). Об этом свидетельствует и текст внизу плаката, который гласит: «Во многих странах, напр., в Колумбии, в Чаде и в Конго, не соблюдаются человеческие права. Но каждый человек имеет право жить достойно».

Проблема человеческого достоинства напрямую связана с проблемой, вербализованной в столкновении фразы „Satt ist gut“ и слова „Saatgut“: «Быть сытым – хорошо. Посевное зерно – лучше» (цв. вкл. 1, рис. 2). Плакат призывает помочь людям из бедных стран не готовыми продуктами питания, а посевным материалом, который позволит насытиться не однократно, а в будущем, прикладывая собственные усилия, жить достойно постоянно, не ожидая милостыни со стороны. Эта же мысль заложена и в плакате, изображающем на оранжевом фоне бутылку с водой с подписью „Hilft“ (букв.: Помогает) и насос с подписью „Hilft weiter“ (букв.: Помогает больше). Идеи плакатов не новы: у каждого народа можно найти массу поговорок, которые укладываются по смыслу в высказывание Конфуция: «Хочешь накормить человека один раз – дай ему рыбу. Хочешь накормить его на всю жизнь – научи рыбачить».

Еще одной проблемой, ассоциирующейся с достоинством человека, является самообразование. Именно к этому призывает плакат (цв. вкл. 1, рис. 3), на котором игру слов „Wirbelsäule“ (букв.: позвоночник) и „Würdesäule“ (букв.: столб достоинства) сопровождает схематическое изображение позвоночника, построенного из

книг, символизирующих образование – опору для людей в их стремлении жить достойно³.

Тема человеческого достоинства является очень актуальной для нынешней Германии, потому что она теснейшим образом связана с другой, не менее важной для страны проблемой – проблемой беженцев. Об этом свидетельствуют и плакаты, созданные студентами Грайфсвальдского университета (Германия), призывающие к толерантности и миру. Наиболее удачные примеры творчества немецких студентов также основаны на совмещении визуальных образов и обыгрывании слов и выражений. Авторы ряда плакатов агитируют не делить на «своих» и «чужих» граждан Германии и прибывших в их страну людей других рас и национальностей. Яркий образец такого творчества, рассчитанного на молодежную аудиторию, – плакат (цв. вкл. 1, рис. 4) с изображением живота девушки, на который нанесена татуировка – сердце с именем *Ахмед*. Надпись гласит: «Он – иностранец. Ну и что?».

В двух других случаях использован прием камуфляжа: противопоставление «своих» и «чужих» замаскировано под неодушевленные визуальные образы. Так, надкусанные конфеты с шоколадом трех оттенков, явно ассоциирующимися с разными расами (цв. вкл. 1, рис. 5), сопровождаются надписью «Внутри мы все одинаковые. За большее разнообразие в Мекленбурге-Передней Померании». Первая часть высказывания является интерпретацией поговорки *Alle Menschen sind [von Geburt an] gleich – Все люди – одинаковы*.

Хорошо известно, что немцы, как и русские, большие любители картошки – едят ее фактически каждый день. Это позволило автору другого плаката (цв. вкл. 1, рис. 6) показать, что когда-то чужое может стать родным и любимым: «И ОНА КОГДА-ТО БЫЛА ЧУЖОЙ. Картошка (*Solanum tuberosum*) прибыла в Европу из Южной Америки в 1570 г.».

Авторы ряда других студенческих работ указывают на опасность расизма и экстремизма. Так, надпись на консервной банке (цв. вкл. 1, рис. 7) «*Rassis Mus hausgemacht*» основана на неожиданном сближении несопоставимых понятий – *Mus* и *Rassis* ('густое плодово-овощное или овощное пюре, не очень приятное на вкус'). Написанные рядом, эти слова образуют слово *Rassismus* (расизм), за которым в итоге возникает определенный символ – «Расизм, выращенный на домашней (германской) почве». Правильные акценты в понимании смысла плаката расставляют мелкая надпись на этикетке банки «Может содержать следы национализма и экстремизма» и предостерегающая фраза «Даже не открывай!». Таким образом, экстремизму и национализму дается недвусмысленная отрицательная оценка.

«Ненужность», «немодность» националистической идеологии просматриваются в плакате, изображающем человека в черно-белой одежде (прямые ассоциации с униформой нацистских заключенных) с черно-белым устаревшим телевизором на уровне лица (цв. вкл. 1, рис. 8). Визуальный образ сопровождается надписью «Смотреть только черно-белое – беспонтово», готический шрифт которой до сих пор употребляют правые силы, пытающиеся заставить людей видеть только черное и белое, делить людей на «черных» и «белых». Еще одним при-

³ Pätzold & Weißbecker 2006/2, 321, 326, 340.

емом, делающим плакат удачным и читаемым особенно для молодежной аудитории, является совмещение разных пластов лексики (лексема *беспонтово* относится к молодежному сленгу и обозначает 'плохо, неинтересно, немодно'⁴).

Приемом, способствующим созданию удачного плаката, является также построение текста по принципу антитезы, когда «чужое» становится «своим». Примерами таких плакатов стали образцы студенческого творчества (цв. вкл. 2, рис. 9) и плакаты, демонстрировавшиеся на фасаде известного театра оперы „Semperoper“ в Дрездене в мае 2016 г. (цв. вкл. 2, рис. 10 и 11), призывающие к интернационализму и толерантности.

Таким образом, набор визуальных средств свидетельствует, что успешно существующими в коммуникативном пространстве современной Германии являются плакаты, посвященные проблемам человеческого достоинства, расизма, национализма и экстремизма, которые напрямую связаны с актуальной для страны проблемой беженцев.

В России плакаты также играют важную роль в коммуникации, отражая весь спектр актуальных для страны проблем.

Осенью 2015 г. в рамках реализации совместного российско-германского научного проекта проводился конкурс на лучший визуальный образ, репрезентирующий толерантные национальные идеи России, среди учащейся молодежи высших, профессиональных и средних учебных заведений г. Магнитогорска⁵. Результаты конкурса таковы: все молодежные работы насыщены исторической памятью советских плакатов, призывающих к дружбе народов Советского Союза (цв. вкл. 2, рис. 12, 13) и мира (цв. вкл. 2, рис. 14, 15). Интертекстуальность данных образцов прослеживается на всех уровнях: образ Кремля, границы России, на которых расположены фигуры кукол в национальных одеждах, белый голубь на фоне Земного шара, – в этом нет ничего нового и оригинального. То же можно сказать и о вербальном сопровождении: *Мир достоин мира; Толерантность – это мир во всем мире; Мы россияне! Мы создаем равные условия для всех граждан нашей страны!; Я, ты он, она – многонациональная страна...*, – лозунги, которые широко использовались в советскую эпоху, когда пропаганда мира и толерантности к различным народам была обусловлена напряженной политической обстановкой, делившей земной шар на два противоборствующих лагеря: капиталистический и социалистический.

Несколько иной взгляд, не столь традиционно-толерантный, можно увидеть в образцах плакатного искусства столичной молодежи России. Плакаты из серии «“Заповеди россиянина” в стиле поп-арт», выполненные в рамках акции молодежного отделения «Единой России» – «Молодая гвардия», как сообщается на официальном сайте молодогвардейцев, отражают «специфику российского общества, основанного на традиционных ценностях, силе духа и мощи государства»⁶ и призывают молодое поколение к соблюдению общечеловеческих ценностей,

⁴ Максимов 2002, 33.

⁵ Подробнее итоги конкурса см. на сайте Научно-исследовательской словарной лаборатории МГТУ им. Г.И. Носова (slovarn.ru), <http://slovarn.ru/новости/25-международный-грант-«публицистический-арсенал-общественных-движений-в-россии-и-германии-вербальные-средства-преодоления-конфликтов-и-достижения-толерантности»-проект-№-15-24-06001а-м>

⁶ «Заповеди россиянина» в стиле поп-арт появились в центре столицы, <http://www.molgwardia.ru/nextday/2015/01/21/77970>

адаптированных к новым историческим реалиям (цв. вкл. 3, рис. 16–18)⁷. Плакат с лозунгом «Отдыхай в Крыму. Там благодать» (цв. вкл. 3, рис. 19) несколько выбивается из визуального ряда «Заповедей...». Данный плакат – пример пропагандистского воздействия на молодежную часть России правительственной политики государства в связи с событиями на Украине и переходом Крыма в состав России. Главная суггестивная роль заключена в тонкой игре цветами российского и украинского флагов. На первом плане плаката изображен российский моряк в компании двух молодых, хорошо сложенных девушек в купальниках российских цветов. По законам месторасположения на первый план плаката выдвинуты наиболее значимые фигуры, что подчеркивается их статичностью. Кроме того, фон плаката несет очень важную смысловую нагрузку: молодые люди «загораживают» задний план, выполненный официальными цветами Украины.

Мы не раз писали о том, что яркие образцы современного визуального искусства в политическом коммуникативном пространстве России являются исключением, а не правилом. Поэтому политтехнологи в союзе с художниками, лингвистами и PR-специалистами пытаются разработать новые художественные и идеологические средства, адекватные насущным политическим задачам, которые позволят сделать современные плакаты не просто более эффективными, но и конкурентоспособными в борьбе за новых членов своих партий и организаций.

На российском политическом коммуникативном пространстве особо выделяется агитационная деятельность КПРФ. Серию плакатов И. Петрыгина-Родионова, появившуюся в 2008–2016 гг., отличает новый подход к агитработе, позволяющий создавать удачные образцы плакатного искусства. Целый блок плакатов построен по принципу наложения исторических реалий на современные. В интернет-пространстве популярным стал агитплакат КПРФ «Есть такая партия», на котором изображен «Ленин XXI века» и молодая сексапильная комсомолка. По словам автора, «этот плакат был нарисован уже давно. Просто захотелось сделать образ, какой бы Ленин был сегодня <...> Мы как-то захотели привлечь новую аудиторию и новых избирателей. Ленин в какой-то момент стал “убит” из-за огромного количества его портретов. Мы сделали человека харизматичного, который притягивает всех». Не менее удачными являются плакаты с вождем пролетариата, склонившимся над ноутбуком (надпись гласит: «Второе столетие онлайн») или изображенным на значке с надписью «Хочешь жить без кризиса? Спроси меня, как!» (цв. вкл. 4, рис. 20 и 21). Первоисточником последней фразы с конца XX столетия является слоган компании «Гербалайф» – «Хочешь похудеть? Спроси меня, как!».

Фраза «I'll be back» (с англ. «Я вернусь») стала крылатой после выхода в свет в 1984 г. фильма «Терминатор»⁸. Поэтому брутальный автор «Капитала» К. Маркс, произносящий фразу Терминатора (цв. вкл. 4, рис. 22), понятен молодому поколению, и такой образ вполне может привлечь на сторону коммунистов «свежие» силы.

Образцом удачного визуального средства, примененного в предвыборной борьбе 2016 г., является плакат с В.И. Лениным, стоящим на фоне Зимнего двор-

⁷ Подробнее см. Позднякова 2016, 87–88; Шулежкова, Осипова 2016, 57–60.

⁸ Фраза занимает 37 позицию в списке 100 известных цитат из американских фильмов за 100 лет по версии AFI, https://ru.wikipedia.org/wiki/I'll_be_back

ца, на флагштоке которого развивается российский флаг. Надпись сверху гласит: «Будем брать?» (цв. вкл. 4, рис. 23). Данный пример – «выверенный» образец, который будет работать на вложенную в него идею. Автор намеренно на первом плане изобразил статную фигуру вождя мирового пролетариата, передающую уверенность в новых победах в новых условиях.

Антирекламой политического противника стал плакат «Денег нет, но вы держитесь!» (цв. вкл. 4, рис. 24). Фраза российского премьер-министра Д.А. Медведева – образец феноменального превращения вырванной из контекста фразы (встреча с крымчанами состоялась 23 мая 2016 г.) в крылатое выражение. В коммуникативном пространстве ее семантику можно определить словами из песни известного шоумена С. Слепакова: «Такого подъема страна не видела много лет, / Чем гордиться – есть, просто денег нет»⁹. Этот смысл обыграл И. Петрыгин-Родионов в своем плакате: крылатая фраза исполнена синим цветом, а над прописными буквами ЕР в слове «дЕРжитесь» веет флаг РФ. Для любого гражданина России заглавные ЕР прочитываются однозначно – это аббревиатура проправительственной партии «Единая Россия».

Как видим, удачные плакаты в российском коммуникативном пространстве репрезентируют проблемы, связанные с внешней политикой государства (особенно это касается взаимоотношений с Украиной) и внутривнутриполитической борьбой политических партий в свете предстоящих выборов. Естественно, что в коммуникации обеих стран есть точка соприкосновения – это проблемы, связанные с общечеловеческими ценностями.

Заключение

Таким образом, успешность плаката складывается из нескольких компонентов. Во-первых, это грамотное расположение визуальных и вербальных составляющих, использование фона, масштаба и пр. Во-вторых, это создание ярких визуальных образов, понятных адресату плаката. В-третьих, остроумное вербальное сопровождение, которое основано на языковой игре (зачастую на грани фола). И главное, для появления плаката необходима актуальная проблематика, подсказанная политической либо социальной ситуацией, способствующей зарождению новых образов или трактовке старых, которые получают в новых условиях иную семантику. Именно проблемы, волнующие современное общество, позволят правильно прочитать плакат и решить: «Вы этой женщине сдали бы комнату в наем?»

ЛИТЕРАТУРА

- Басков, А. 2003: Идеологическое оружие. Поэтика и идеология агитплаката: Прикладное исследование семиотики визуальных образов в агитации и пропаганде. *Рекламодатель: теория и практика* 12. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: tkachenkoirenen.ucoz.com/_ld/0/9_Baskov_semiotik.pdf
- Максимов, Б.Б. 2002: *Фильтруй базар: Словарь молодежного жаргона города Магнитогорска*. Магнитогорск.

⁹ Слепаков С. Обращение к народу (текст песни), http://perevodp.ru/publ/semen_slepakov_obrashhenie_k_narodu_text_lyrics_pesni/1-1-0-9323

- Позднякова, Н.В. 2016: Вербальные и визуальные метаморфозы современного российского плаката. В кн.: *Германия – Россия: Вербальные и визуальные средства современного публицистического дискурса: колл. монография*. Грайфсвальд, 80–90.
- Шулежкова, С.Г., Осипова, А.А. 2016: Два пути от невинной любви к Отечеству – патриотизм и национализм (патриотические и националистические лозунги современной России). В кн.: *Германия – Россия: Вербальные и визуальные средства современного публицистического дискурса: колл. монография*. Грайфсвальд, 50–64.
- Klein, J. 2015: *Von Gandhi und al-Quaida bis Schröder und Merkel. Politolinguistische Analysen, Expertisen und Kritik*. Berlin.
- Pätzold, K. & Weißbecker, M. (red.) 2006: Schlagwörter und Schlachtrufe. In: *Aus zwei Jahrhunderten deutscher Geschichte*. Bd. 2. Leipzig.
- Politische Plakate von der Weimarer Republik bis zur jungen Bundesrepublik. *Politik und Unterricht. Zeitschrift für die Praxis der politischen Bildung* 35. Jahrgang 2-3 / 2009. Stuttgart.
- Staeck, K. 1973: *Die Reichen müssen noch reicher werden. Politische Plakate*. V.I. Karst (Hrsg.). Reinbek b. Hamburg.

REFERENCES

- Baskov, A. 2003: Ideologicheskoe oruzhie. Pojetika i ideologija agitplakata: Prikladnoe issledovanie semiotiki vizual'nyh obrazov v agitacii i propagande. *Reklamodatel': teorija i praktika* 12, tkachenkoirens.ucoz.com>_ld/0/9_Baskov_semiotik.pdf
- Klein, J. 2015: *Von Gandhi und al-Quaida bis Schröder und Merkel. Politolinguistische Analysen, Expertisen und Kritik*. Berlin.
- Maksimov, B.B. 2002: *Fil'truj bazar: Slovar' molodezhnogo zhargona goroda Magnitogorska*. Magnitogorsk.
- Pätzold, K. & Weißbecker, M. (red.) 2006: Schlagwörter und Schlachtrufe. In: *Aus zwei Jahrhunderten deutscher Geschichte*. Bd. 2. Leipzig.
- Politische Plakate von der Weimarer Republik bis zur jungen Bundesrepublik. *Politik und Unterricht. Zeitschrift für die Praxis der politischen Bildung* 35. Jahrgang 2-3 / 2009. Stuttgart.
- Pozdnjakova, N.V. 2016: Verbal'nye i vizual'nye metamorfozy sovremennogo rossijskogo plakata. In: *Germanija – Rossija: Verbal'nye i vizual'nye sredstva sovremennogo publicisticheskogo diskursa: koll. monografija*. Greifsvall, 80–90.
- Shulezhkova, S.G., Osipova, A.A. 2016: Dva puti ot nevinnoj ljubvi k Otechestvu – patriotizm i nacionalizm (patrioticheskie i nacionalisticheskie lozungi sovremennoj Rossii). In: *Germanija – Rossija: Verbal'nye i vizual'nye sredstva sovremennogo publicisticheskogo diskursa: koll. monografija*. Greifsvall, 2016, 50–64.
- Staeck, K. 1973: *Die Reichen müssen noch reicher werden. Politische Plakate*. V.I. Karst (Hrsg.). Reinbek b. Hamburg.

WOULD YOU LIKE THIS WOMAN TO RENT THE ROOM FROM YOU?
(SECRETS OF SUCCESSFUL POSTERS IN MODERN POLITICAL DISCOURSE
OF RUSSIA AND GERMANY)

Natalja V. Pozdnjakova*, Harri Walter**

* *Nosov Magnitogorsk State Technical University, Russia,*
merkulovanv@bk.ru

** *Ernst-Moritz-Arndt-University of Greifswald, Germany,*
walter@uni-greifswald.de

Abstract. Modern political discourse uses a great variety of visual means, but posters still stay the most effective. However, very often posters are short-lived and do not have the necessary suggestive power.

In this article, the authors study some good examples of successful posters that are used in modern communicative space of Russia and Germany. The authors also reveal and analyze the methods that help to create a successful poster. They indicate the problems influence the creating the most effective visual means.

The linguists conclude that a poster success depends on some factors. First of all, it is the right placement of visual and verbal components of the poster on its ground and the poster size. A good poster always has bright colours and easy-to-understand images. The words on the poster should be punny. The most suggestive are posters that play upon the meaning of the words or set phrases or that comment on the pictures in an unusual way. A successful poster deals with a very essential social problem or current political situation. These factors help to create new images or use old ones with the changed semantics.

Modern Germany posters are dedicated to such problems as racialism, nationalism and migrants. In Russian communicative space, posters demonstrate foreign policy problems and political rivalry. Both the countries pay attention to the universal human values.

Key words: Russia, Germany, communicative space, poster, universal human values, migrants, racialism, nationalism, political rally

ЦВЕТНАЯ ВКЛЕЙКА 1

Серия плакатов организации „Brot für die Welt“ под лозунгом „Würde für den Menschen“ – «Достоинство человека» (<http://www.brot-fuer-die-welt.de/>):



рис. 1



рис. 2



рис. 3

Плакаты, созданные студентами Грайфсвальдского университета (Германия) (фото Х. Вальтера):



рис. 4



рис. 5



рис. 6



рис. 7



рис. 8

ЦВЕТНАЯ ВКЛЕЙКА 2

Плакаты, построенные по принципу антитезы (фото Х. Вальтера):



Твой Христос – еврей
Твоя машина – японская
Твоя пицца – итальянская
Твоя демократия – греческая
Твой кофе – бразильский
Твой отпуск – турецкий
Твои числа – арабские
Твой шрифт – латинский
А твой сосед всего лишь иностранец?

рис. 9



Риголетто – итальянец
Евгений Онегин – русский
Дон Карлос – испанец
Кармен – из Рима
Макбет – шотландец

Всем добро пожаловать!

рис. 10



Отелло – черный
Басса Селим – мусульманин
Папагено – язычник
Лоэнгрин – иностранец
Летучий голландец – дух

Всем добро пожаловать!

рис. 11

Работы конкурса на лучший визуальный образ, репрезентирующий толерантные национальные идеи России, среди молодежи г. Магнитогорска (Россия) (slovarn.ru):



рис. 12



рис. 13



рис. 14



рис. 15

ЦВЕТНАЯ ВКЛЕЙКА 3

«Заповеди россиянина» в стиле поп-арт»
(<http://mger2020.ru/nextday/2015/01/21/77970>):



рис. 16



рис. 17



рис. 18



рис. 19

ЦВЕТНАЯ ВКЛЕЙКА 4

Плакаты И. Петрыгина-Родионова, представленные на сайте Коммунистической партии Российской Федерации (<http://2016кп.рф/news/121-pervaya-avtorskaya-rubrika-portala-agitvernisazh-petrygina-rodionova.html>):

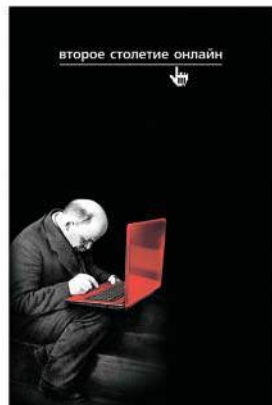


рис. 20



рис. 21

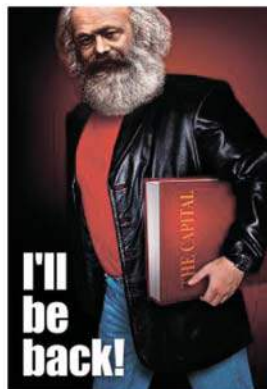


рис. 22



рис. 23



18 сентября 2016 года
выборы в Государственную Думу Российской Федерации

рис. 24



РОССИЙСКО-ГЕРМАНСКИЕ КОНТАКТЫ В XX – НАЧАЛЕ XXI в. И ИХ ОСВЕЩЕНИЕ В ОТЕЧЕСТВЕННОЙ И ЗАРУБЕЖНОЙ ИСТОРИОГРАФИИ

Problemy istorii, filologii, kul'tury
3 (2016), 183–190
© The Author(s) 2016

Проблемы истории, филологии, культуры
3 (2016), 183–190
©Автор(ы) 2016

ФОРМИРОВАНИЕ РАБОЧЕГО КЛАССА РОССИИ И ЕГО РЕГИОНАЛЬНЫХ ОТРЯДОВ В ОЦЕНКЕ ГЕРМАНСКОЙ ИСТОРИОГРАФИИ XX в.

А.Г. Дорожкин*, Ю.Д. Коробков**

* *Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова,
Магнитогорск,
andrew-67@mail.ru*

** *Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова,
Магнитогорск,
n.kyakkinen-56@yandex.ru*

Аннотация. Статья посвящена рассмотрению специфики формирования ментальности российского пролетариата в пореформенную и предреволюционную эпоху и отражению данного процесса в немецкой историографии XX в. Основное внимание уделено при этом Уральскому региону – одному из старейших промышленных центров страны. Сложный и противоречивый характер формирования российского пролетариата и его региональных отрядов, в том числе уральского, создал непростую историографическую ситуацию в выявлении его социальной природы. Вплоть до настоящего времени эта проблема по-разному трактуется отечественными и зарубежными специалистами, что во многом связано с различием в подходах к определению социально-экономической природы российской и уральской промышленности. В зависимости от акцентирования ее ка-

Дорожкин Андрей Геннадьевич – доктор исторических наук, профессор кафедры Всеобщей истории Магнитогорского государственного технического университета им. Г.И. Носова. E-mail: andrew-67@mail.ru

Коробков Юрий Дмитриевич – доктор исторических наук, профессор кафедры Всеобщей истории Магнитогорского государственного технического университета им. Г.И. Носова. E-mail: n.kyakkinen-56@yandex.ru

питалистической сущности или переходного характера облик российского рабочего определяется либо как пролетарский, либо как тип «полурабочего-полукрестьянина». Здесь определенную роль играли связь непосредственного производителя с землей, формирование специфического менталитета и профессиональных качеств. На Урале, с учетом существования здесь давней традиции индустриального производства, указанные процессы формирования самостоятельного класса зашли достаточно далеко; при этом наличие у рабочего земельного надела играло роль своеобразного «страхового полиса» и объективно могло благоприятствовать участию в стачечном движении. Тем не менее говорить о полном изживании традиционной крестьянской психологии в среде уральского пролетариата предреволюционной эпохи было бы некорректно; рабочий класс региона, по мнению большинства историков, все еще оставался классом переходного типа. В связи с этим в статье анализируется, в том числе в историографическом контексте, противоречивость ментальности рабочего класса дореволюционной эпохи, российского вообще и уральского в частности, отмечается сочетание в его психологии традиционного крестьянского и собственно пролетарского сознания, делается вывод о незавершенности процесса становления последнего, как и об определенной близости трактовки проблемы в германской и российской исторической науке.

Ключевые слова: Урал, рабочие, горная промышленность, немецкая историография

Введение

Сложный и противоречивый характер формирования российского пролетариата и его региональных отрядов, в том числе уральского, создал непростую историографическую ситуацию в выявлении его социальной природы. Вплоть до настоящего времени эта проблема по-разному трактуется отечественными специалистами, что во многом связано с различием в подходах к определению социально-экономического характера российской и уральской промышленности. В зависимости от акцентирования ее капиталистической сущности или переходного статуса, облик российского рабочего определяется либо как пролетарский, либо как тип «полурабочего-полукрестьянина». Не последнюю роль при таком дефинировании играет фактор связи с землей дореволюционного пролетариата.

Следует отметить, что характер и масштабы этой связи были и для германской историографии одним из главных факторов оценки уровня классовой зрелости пролетариев. Еще в середине 1920-х гг. Р. Клаус подчеркивал сезонный характер значительной части рабочей силы фабрик и заводов, особенно на Урале, в Сибири и на Юге России. В Петербурге и Риге это проявлялось слабее¹. Для немецких историков второй половины XX в. характерен был различный подход к решению данной проблемы. Исследователи М. Хильдермайер и Б. Бонвеч в большей мере акцентировали внимание на пребывании значительной части рабочего класса страны начала XX в. «между полем и фабрикой», а Т. Хельд указал на ослабление его связи с деревней и возрастание доли потомственных рабочих, которых он неправоммерно отождествил с «рабочей аристократией»². Б. Бонвеч, Г. Гросс и Т. Стеффенс, напротив, подчеркивали сохранение за крестьянством и в эти годы

¹ Клаус 1926, 42–43.

² Handbuch 1982, 429; Steffens 1985, 54, 63; Hildermeier 1989, 30; Bonwetsch 1991, 75–78, 85–86; Held 1994, 170.

роли важнейшего источника пополнения рабочего класса даже в столице империи, в том числе и в металлообрабатывающем производстве³.

Германские историки второй половины XX в. разграничивали номинальную и фактическую связь с землей, подразумевая под последней лишь уход на полевые работы в деревню. При этом доля фабрично-заводских и особенно горнозаводских рабочих, практиковавших такой уход, представлялась Б. Бонвечу и Т. Стеффенсу значительной даже для Петербурга⁴. В то же время Т. Стеффенс указал на преобладание среди рабочих столицы номинальной связи с деревней. Такое положение наблюдалось даже в текстильной промышленности, не говоря уже о металлоиндустрии⁵. Б. Бонвеч, в отличие от М. Хильдермайера и Т. Хельда, учитывал, говоря о связи с землей занятых в промышленности, региональную и отраслевую специфику. В территориальном отношении основными очагами оттока занятых в промышленности на сельскохозяйственные работы являлись центральнопромышленные губернии, Урал и более отсталые регионы⁶.

Но детальное рассмотрение оппозиции «поле-фабрика» на примере землепользования горнозаводских рабочих Урала требует, на наш взгляд, особого анализа. Связь с землей не должна рассматриваться в качестве единственного или, по крайней мере, определяющего классовообразующего фактора на горнозаводском Урале. Уральский рабочий в массе своей не имел желания заниматься земледелием⁷. Его аграрные требования были связаны, во-первых, с усилением в пореформенное время нажима со стороны заводууправлений на земельные наделы рабочих. Это порождало желание сохранить их за собой по праву давности. Во-вторых, ряд обстоятельств, определивших рост у рабочих настроений неуверенности в завтрашнем дне, заставлял их обзаводиться на черный день «страховым полисом» в виде земельного надела. На это обстоятельство указывал видный русский экономист И.Х. Озеров⁸. Кроме того, некоторые рабочие сдавали свою земельную собственность в аренду крестьянам за небольшую плату. На эти особенности отношения рабочих к земле указывали и немецкие историки второй половины XX в. Б. Бонвеч и М. Хильдермайер; первый из них считал наличие у рабочих такого «страхового полиса» фактором их стачечной активности⁹.

В первые пореформенные годы случалось, что рабочие отказывались от земли, находя возможным обеспечить себя за счет заводской работы. Как отмечал в 1866 г. пермский губернатор, «заводские работы для мастерового населения составляют единственное средство к существованию». На это же указывал в феврале 1882 г. вятский губернатор. О том же в многочисленных прошениях писали и сами рабочие¹⁰. Если же говорить о структуре земельных наделов, то в ней преобладали покосы. Пашни было совсем мало, особенно в Пермской губернии. Для вспомогательных рабочих, занятых на перевозке сырья и топлива, покосы были

³ Handbuch 1981, 131; Bonwetsch 1991, 76–78; Hildermeier 1989, 29.

⁴ Bonwetsch 1991, 75.

⁵ Steffens 1985, 71–72.

⁶ Bonwetsch 1991, 71, 75.

⁷ Митинский 1909, 36.

⁸ Озеров 1910, 204; Миллюков 1911, 13–14.

⁹ Bonwetsch 1991, 79; Hildermeier 1989, 30.

¹⁰ Положение 1960, 70, 398; ГАСО. Ф. 24. Оп. 17. Д. 1080. Л. 100; Пихоя 1987, 112.

производственной необходимостью, для основных – отчасти бытовой надобностью, отчасти – составной частью традиционного быта¹¹.

Наряду с земельным вопросом, большое влияние на формирование рабочего класса, по мнению германских историков, оказывали образ жизни и ментальные особенности крестьян, их обычаи, традиции, стереотипы восприятия и реагирования, а также общинные формы организации. При этом Б. Бонвеч особо указал на сохранение российским рабочим классом своей изначально крестьянской природы¹². В целом логика рассуждений немецких историков, склонных рассматривать традиционные крестьянские представления, присущие части рабочих, как анахронизм, постепенно отступающий перед «передовым» мировоззрением, созвучна воззрениям, доминирующим отечественной историографии. В наибольшей мере это свойственно Т. Хельду, который идеализирует дореволюционный российский пролетариат¹³.

С учетом специфики горноокружной системы, которая втягивала в единое производственно-бытовое пространство рабочих заводских поселков и крестьян соседних деревень, на Урале проблема адаптации к меняющимся реалиям стояла весьма остро¹⁴. Вместе с тем, многочисленные и разнопорядковые источники свидетельствуют о том, что уральские рабочие уже в пореформенный период четко осознавали себя особой социальной группой, самоидентифицировались от ближайшего социального окружения (крестьянство, заводская администрация), считали заводскую работу своим главным предназначением, гордились своей профессиональной принадлежностью и не желали ее менять¹⁵. Наблюдались различия и в быту – В.И. Немирович-Данченко утверждал, что семьи квалифицированных рабочих Нижнего Тагила в 70-е годы XIX в. уже не знали такой формы проведения досуга, как хороводы¹⁶. Примером для подражания рабочим с 1870-х годов служили особенности быта и образа жизни заводских служащих и горожан. Эта тенденция проявилась, прежде всего, в одежде и домашней обстановке¹⁷. В начале XX в. «отделение» рабочих от крестьян «материализуется» и на этнокультурном уровне (различия в языке, обрядах, обычаях, значительное сокращение смешанных браков, «приближение» семьи горнозаводского рабочего к типу городской семьи)¹⁸.

Говоря о формировании классового сознания российского пролетариата, германские историки М. Хильдермайер, Т. Стеффенс, Б. Бонвеч, Т. Хельд рассматривают повышенную склонность российских рабочих к стачечным выступлениям как проявление бунтарства, свойственного традиционной крестьянской психологии¹⁹. Это наблюдалось и на Урале, но здесь «бунтарство» во многом проистекало из особенностей горноокружной системы²⁰. Наряду с этим германские исследователи признавали и постепенное развитие пролетарской революционности, пред-

¹¹ Бажов 1986, 32.

¹² Hildermeier 1989, 29–30; Steffens 1985, 63–65; Bonwetsch 1991, 76–78; Held 1994, 166–180.

¹³ Дорожкин 2006, 58; Коробков 2003, 114–116.

¹⁴ Подшивалов 1925, 71; Гуськова 1970, 295.

¹⁵ Положение 1960, 159, 430, 435; Немирович-Данченко 1904.

¹⁶ Немирович-Данченко 1904, 280.

¹⁷ Крупянская, Полищук 1971, 43.

¹⁸ Крупянская, Полищук 1971, 48, 89, 170.

¹⁹ Hildermeier 1989, 29–30; Steffens 1985, 63–65; Bonwetsch 1991, 76–78; Held 1994, 166–180.

²⁰ Коробков 2004, 198.

полагающей большую организованность участников и выдвижение политических и специфических для фабрично-заводских рабочих экономических требований. За исключением Т. Стеффенса, немецкие историки XX в. не рассматривали влияние радикальной интеллигенции на этот процесс, а связывали его с ростом доли потомственных пролетариев²¹.

Уральский материал подтверждает данный взгляд германских историков. Наряду с сохранением традиционалистской, патерналистской компоненты массового сознания, в пореформенный период наблюдается формирование чувства собственного достоинства, стремления к материальному достатку и защите своих прав, профессиональной гордости и осознания ценности своего труда. Рабочие стремились сохранить внутреннее достоинство, и в начале XX в. требования вежливого обращения, уважения личности, наряду с повышением заработной платы и введением восьмичасового рабочего дня, становятся одними из основных в конфликтах с администрацией, особенно в 1905–1907 гг., в том числе и на Урале²². Рост собственной самооценки, самоуважения в своей среде в конце XIX в. отмечали как сами рабочие, так и Уральское горное управление²³. В понятие рабочего достоинства входило и осознание необходимости достойного вознаграждения за свой труд. Так, рабочие Нижнетагильского завода говорили в 1891 г. об обеспеченности со стороны хозяев «по крайней мере, настолько, чтобы рабочий вместе со своей семьей не имел нужды в удовлетворении первых и настоятельных жизненных потребностей»²⁴.

Но, говоря о ментальности уральского дореволюционного пролетариата, нельзя забывать, что речь идет об одном из старейших индустриальных районов России и особенности этого региона нельзя механически экстраполировать на ее другие промышленные центры. Между тем Т. Хельд, а отчасти М. Хильдермайер, Т. Стеффенс и Б. Бонвеч склонны переоценивать степень зрелости российского рабочего класса, чему парадоксальным образом противоречит подчеркивание этими же исследователями значительной отсталости предреволюционной России. Не вполне ясно, как в «отсталой» стране за короткое время смог образоваться «классово сознательный» пролетариат и чем объяснить в таком случае разрушительные процессы в русской индустрии, начавшиеся при его непосредственном участии сразу же после свержения монархии. В этой связи несомненный интерес представляет постановка В.В. Алексеевым вопроса об обусловленности «великих потрясений» начала XX в. фактом ускоренного экономического развития, за которым явно не поспевали сдвиги в социальном, особенно в социально-психологическом состоянии основных социальных групп, в том числе рабочего класса страны²⁵. В немецкоязычном секторе европейской историографии более продуктивным, взвешенным, обоснованным и свободным от крайностей как марксистского, так и народнического характера представляется вывод австрийского историка П. Фельха о совмещении российским пролетариатом черт и рабочих индустри-

²¹ Held 1994, 180; Hildermeier 1989, 80–81, 95; Bonwetsch 1991, 79–83.

²² ГАПО. Ф. 174. Оп. 1. Д. 72. Л. 28; РГИА. Ф. 51. Оп. 1. Д. 230. Л. 327.

²³ РГИА. Ф. 48. Д. 230. Л. 97.

²⁴ ЦДОО СО. Ф. 41. Оп. 1. Д. 72. Л. 26.

²⁵ Алексеев 2000, 97.

альной эпохи, и крестьян. Не будучи идентичным ни той, ни другой категории, данный слой нес в себе конфликтный потенциал обеих социальных групп²⁶.

Заключение

В целом определение социальной природы горнозаводских рабочих Урала как полурабочих-полукрестьян представляется некорректным. В их облике очевидно наличие главных стратификационных черт рабочего класса: неразрывная связь с заводским производством, идентификация себя в качестве заводских рабочих и дистанцирование от ближайшего социального окружения, несмотря на тесную производственную и бытовую связь с ним, реальная сформированность таких пролетарских качеств, как чувство собственного достоинства, профессиональная гордость, стремление к самостоятельности и независимости. Это не исключало, разумеется, ряда региональных и социально-психологических особенностей. Впрочем, и в советский период многие из рабочих горнозаводского Урала продолжали вести «стародедовский» образ жизни, имели свои дома, хозяйство, покосы, огороды.

Если говорить о трактовке германской историографией XX в. социальной психологии российского дореволюционного пролетариата, то приходится признать, что в целом ее оценки коррелируются с суждениями современных российских историков. И, как представляется авторам данной статьи, есть все основания рассматривать российских, в том числе уральских, рабочих в качестве переходного класса, особенности социальной психологии и социального поведения которого определялись именно этим состоянием.

ЛИТЕРАТУРА

- Алексеев, В.В. 2000: Модернизация и революция в России: синонимы или антиподы? *Уральский исторический вестник* 5–6, 96–104.
- Бажов, П.П. 1986: *Сочинения*: в 3 т. М.
- Гуськова, Г.К. 1970: Облик рабочих Урала. В кн.: *Российский пролетариат: облик, борьба, гегемония*. М.
- Дорожкин, А.Г. 2006: Рабочий вопрос в дореволюционной России в трактовке немецко-язычного руссиеведения. *ПРИ* 7, 48–80.
- Клаус, Р. 1926: *Война и народное хозяйство России (1914–1917 гг.)*. М.
- Коробков, Ю.Д. 2003: Трудовая этика уральских рабочих в конце XIX – начале XX века. В кн.: *Индустриализация в СССР: уроки истории (к 70-летию пуска Челябинского тракторного завода)*. *Материалы международной научной конференции*. Челябинск, 114–116.
- Коробков, Ю.Д. 2004: Политический выбор и политическое поведение уральских рабочих в 1917 г. *ПРИ* 3, 196–217.
- Крупянская, В.Ю., Полищук, Н.С. 1971: *Культура и быт рабочих горнозаводского Урала (конец XIX – начало XX в.)*. М.
- Милюков, А. 1911: *Несколько слов о Воткинском заводе*. Сарапул.
- Митинский, А.Н. 1909: *Горнозаводской Урал*. СПб.
- Немирович-Данченко, В.И. 1904: *От Камы до Урала*. СПб.

²⁶ Felch 1984, 250. Ср.: Сенявский 2000, 143, 145.

- Озеров, И.Х. 1910: *Горные заводы Урала*. М.
- Пихоя, Р.Г. 1987: *Общественно-политическая мысль трудящихся Урала (конец XVII–XVIII вв.)*. Свердловск.
- Подшивалов, И. 1925: *Гражданская борьба на Урале. 1917–1918*. М.
- Положение рабочих Урала во второй половине XIX – начале XX в. 1861–1904*. М., 1960.
- Сенявский, А.С. 2000: Российский путь к городскому обществу в контексте модернизационных процессов. *Уральский исторический вестник*. Екатеринбург 5–6, 139–151.
- Bonwetsch, B. 1991: *Die russische Revolution 1917: eine Sozialgeschichte von der Bauernbefreiung 1861 bis zum Oktoberumsturz*. Darmstadt.
- Felch, P. 1984: Die Binnenmigration in Russland am Ende des 19. Jahrhunderts. In: *XV. Oesterreichische Historikertag. 1981*. Salzburg, 248–250.
- Handbuch der Geschichte Russlands. 1981–1982*. Bd. 3. Lfg. 1 /2. Stuttgart; Lfg. 5 /6. Stuttgart.
- Held, T. 1994: Arbeitermilieus und soziale Erfahrungen in der Petersburger Metallindustrie. 1890–1914. In: *Aufbruch der Gesellschaft im verordneten Staat. Russland in der Spätphase des Zarenreiches*. Frankfurt a. M., 165–185.
- Hildermeier, M. 1989: *Die russische Revolution. 1905–1921*. Frankfurt a.M.
- Steffens, T. 1985: *Die Arbeiter von Petersburg 1907 bis 1917. Soziale Lage, Organisation und spontaner Protest zwischen zwei Revolutionen*. Freiburg.

REFERENCE

- Alekseev, V.V. 2000: Modernizatsiya i revolyutsiya v Rossii: sinonimyiliantipody? *Uralskiy istoricheskiy vestnik* 5–6, 96–104.
- Bazhov, P.P. 1986: *Sochineniy: v 3 t.* Moscow.
- Bonwetsch, B. 1991: *Die russische Revolution 1917: eine Sozialgeschichte von der Bauernbefreiung 1861 bis zum Oktoberumsturz*. Darmstadt.
- Dorozhkin, A.G. 2006: Rabochiy vopros dorevolucionnoy Rossii v traktovke nemetskoyazychnogo rossievdeniya. *Problemy rossiyskoy istorii* 7, 48–80.
- Felch, P. 1984: Die Binnenmigration in Russland am Ende des 19. Jahrhunderts. In: *XV. Oesterreichische Historikertag, 1981*. Salzburg, 248–250.
- Gus'kova, G.K. 1970: Oblik rabochih Urala. In: *Rossiyskiy proletariat: oblik, bor'ba, gegemoniya*. Moscow.
- Handbuch der Geschichte Russlands. 1981–1982*. Bd. 3. Lfg. 1 /2. Stuttgart; Lfg. 5 /6. Stuttgart.
- Held, T. 1994: Arbeitermilieus und soziale Erfahrungen in der Petersburger Metallindustrie. 1890–1914. In: *Aufbruch der Gesellschaft im verordneten Staat. Russland in der Spätphase des Zarenreiches*. Frankfurt a. M., 165–185.
- Hildermeier, M. 1989: *Die russische Revolution. 1905–1921*. Frankfurt a.M.
- Klaus, R. 1926: *Voyna i narodnoe hozyaystvo Rossii (1914–1917-gg)*. Per. s nem. Moscow.
- Korobkov, Yu. D. 2003: Trudovay aetika ural'skih rabochih v kontse XIX – nachale XX veka. In: *Industrializatsiya v SSSR: urokiistorii (k 70-letiyu puska Chelyabinskogo traktornogo zavoda). Materialy mezhdunarodnoy nauchnoy konferentsii*. Chelyabinsk, 114–116.
- Korobkov, Yu. D. 2004: Politicheskiy vybor i politicheskoe povedenie ural'skih rabochih v 1917 g. *Problemy rossiyskoy istorii* 3, 196–217.
- Krupyanskaya, V.Yu., Polishchuk, N.S. 1971: *Kul'tura i byt rabochih gornozavodskogo Urala (konets XIX – nachalo XX v.)*. Moscow.
- Milyukov, A. 1911: *Neskol'koslov o Votkinskom zavode*. Sarapul.
- Mitinskiy, A.N. 1909: *Gornozavodskoy Ural*. Saint-Petersburg.
- Nemirovich-Danchenko, V.I. 1904: *Ot Kamy do Urala*. Saint-Petersburg.
- Ozerov, I.H. 1910: *Gornye zavody Urala*. Moscow.

- Pihoya, R.G. 1987: *Obshchestvenno-politicheskaya mysl' trudyashchihsya Urala (konets XVII–XVIII vv.)*. Sverdlovsk.
- Podshivalov, I. 1925: *Grazhdanskaya bor'ba na Urale. 1917–1918*. Moscow.
- Polozhenie rabochih Urala vo vtoroy polovine XIX – nachale XX v. 1861–1904*. Moscow.
- Senyavskiy, A.S. 2000: Rossiyskiy put' k gorodskomu obshchestvu v kontekste modernizatsionnyh protsessov. *Uralskiy istoricheskiy vestnik*. Ekaterinburg 5–6, 139–151.
- Steffens, T. 1985: *Die Arbeiter von Petersburg 1907 bis 1917. Soziale Lage, Organisation und spontaner Protest zwischen zwei Revolutionen*. Freiburg.

THE FORMATION OF THE WORKING CLASS OF RUSSIA AND ITS
REGIONAL UNITS IN ASSESSING THE GERMAN HISTORIOGRAPHY
OF THE 20th century

Andrey G. Dorozhkin*, Yuri D. Korobkov**

* *Nosov Magnitogorsk State Technical University, Russia,*
andrew-67@mail.ru

** *Nosov Magnitogorsk State Technical University, Russia,*
n.kyakkinen-56@yandex.ru

Abstract. The article deals with the specific features of the formation of the Russian working-class mentality during the post-reform and prerevolutionary periods and the reflection of this process in the German historiography of the XX century. The author focuses on the Ural region, which is one of the oldest industrial centers of the country. The complex and contradictory nature of the Russian working-class (proletariat) and its regional units' formation (including the Urals) created an uneasy historiographical situation in terms of identifying its social nature. So far this problem has been differently treated by Russian and foreign experts. This is largely due to the difference in the approaches to the definition of a socio-economic nature of the Ural and Russian industry. Depending on the accent of its capitalist entity or the transitional nature, the Russian worker's image is defined either as a proletarian or as a kind of "demi-worker and demi-peasant". Here, a certain role was played by the fact that direct manufacturers were related to land as well as there was forming specific mentality and competencies. Considering that there was a long tradition of industrial production, in the Urals, the mentioned processes of formation of an independent working class had gone far enough by that time. At the same time the landed property belonging to workers was a kind of insurance policy and objectively might encourage their participation in the strikes. Nevertheless, it wouldn't be right to state the full elimination of the peasant psychology in the workers' environment in the Urals in the prerevolutionary times. The regional working class, according to the most historians, was still of the transitional type. In this connection, the article analyses the historiographical context including the contradictory character of the mentality of the working class before the revolution, both in Russia and in the Urals in particular. It is marked that there is the combination of traditional peasant mentality and proletarian outlook in the workers' consciousness and concluded about certain closeness of the interpretation problem in the German and Russian historical scholarship.

Key words: Ural, workers, mining industry, German historiography



НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ ПОДХОДОВ КАНАДЫ И ГЕРМАНИИ К РЕШЕНИЮ ГЛОБАЛЬНЫХ ПРОБЛЕМ ЧЕЛОВЕЧЕСТВА И ОБЕСПЕЧЕНИЮ МЕЖДУНАРОДНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ НА РУБЕЖЕ XX–XXI ВЕКОВ

А.Г. Иванов

*Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова,
Магнитогорск,
a-ivanov79@mail.ru*

Аннотация. Крушение СССР, победу западной модели и начало глобализации Оттава и Берлин восприняли как подходящий момент для решения глобальных проблем человечества и укрепления мира. Они активно поддерживали подписание Киотского протокола о сокращении выбросов парниковых газов в атмосферу и внесли весомый вклад в учреждение Международного уголовного суда. Канада и Германия сыграли важную роль в продвижении международных проектов, связанных с разоружением и ядерным нераспространением. Не вызывают сомнений заслуги канадской и немецкой сторон в подписании Оттавской конвенции о запрете противопехотных мин, договора о всеобъемлющем запрещении ядерных испытаний, реализации программы «Глобальное партнерство». Придерживаясь концепции гуманитарной интервенции, согласно которой международное сообщество имеет право осуществлять вооруженное вмешательство во внутренние дела суверенных государств для обеспечения безопасности мирного населения, Оттава и Берлин приняли участие в бомбардировках Югославии. Между тем правительства Канады и ФРГ не поддержали вторжение США и Великобритании в Ирак, сославшись на неубедительность представленных Вашингтоном доказательств о производстве там ОМУ и отсутствие резолюции Совета Безопасности ООН на проведение военной операции. Оттава и Берлин проявляли готовность критиковать Вашингтон, не принимая претензий США на мировую гегемонию, их приверженность силе, практику односторонних действий и игнорирование мнения союзников по ключевым вопросам международной безопасности.

Ключевые слова: Канада, Германия, глобальные проблемы, международная безопасность, разоружение, ядерное нераспространение

Введение

С падением Берлинской стены, крушением СССР и победой западной модели началась эпоха глобализации, которая запустила такие процессы, как распространение либеральных ценностей и демократических политических режимов; либерализация торговли и строительство глобального рынка финансов, товаров

Иванов Алексей Геннадьевич – кандидат исторических наук, доцент кафедры Всеобщей истории Магнитогорского государственного технического университета им. Г.И. Носова. E-mail: a-ivanov79@mail.ru

и услуг; развитие глобальных экономических институтов, типа Всемирной торговой организации; ускорение международной экономической интеграции; свобода передвижения людей, рождение глобального туризма и мирового образовательного пространства и пр.; формирование, благодаря «информационной революции», единой мировой системы коммуникации, обмена и внедрения идей; унификация образа жизни населения разных стран, универсализация культуры и человеческих ценностей; форсированное строительство универсального миропорядка при усилении влияния новых акторов на международной арене – транснациональных корпораций, регионов и городов.

Именно эти условия многим странам на Западе показались самыми подходящими для объединения усилий всех членов мирового сообщества с целью решения глобальных проблем и укрепления мира. Канада и Германия были в их числе.

Канада и Германия в 1990-е – 2000-е гг. активно поддерживали предпринятую в рамках ООН экологическую инициативу по защите климата. Поразительная быстрота, с которой мировое сообщество двигалось от подписания Рамочной конвенции ООН об изменении климата в 1992 г. до Киотского протокола 1997 г. о сокращении выбросов парниковых газов в атмосферу для сдерживания глобального потепления, во многом объясняется усилиями таких государств, как Канада и Германия. Последняя давно заслужила репутацию одного из лидеров в области охраны окружающей среды, переработки промышленных и бытовых отходов и развития возобновляемых источников энергии. Более того, с приходом к власти в 1998 г. «красно-зеленой коалиции» во главе с социал-демократом Г. Шредером, ФРГ взяла курс на постепенный отказ от атомной энергетики¹. Вот почему подписание Киотского протокола в Германии было встречено с большим энтузиазмом. Что же касается Канады, то она стала единственной страной на американском континенте, которая в 1997 г. подписала и в 2002 г. ратифицировала, несмотря на серьезное сопротивление промышленников, Киотский протокол, обязавшись к 2012 г. на 6% сократить количество выбросов в атмосферу от уровня 1990 г. Как указывают специалисты, позиция либерального правительства Ж. Кретьена была продиктована приверженностью многостороннему сотрудничеству в сфере экологии и получила широкую общественную поддержку². В этой связи и Канада, и Германия последовательно критиковали США за отказ от ратификации Киотского протокола, доказывая, что ощутимых результатов в охране окружающей среды можно достичь только коллективными усилиями всех членов мирового сообщества.

Оттава и Берлин внесли весомый вклад в развитие глобального уголовного права, призванного обеспечить неотвратимость наказания лиц, которые совершили самые тяжкие преступления, вызывающие озабоченность всего человечества. Канада и Германия сыграли ключевую роль в учреждении Международного уголовного суда (далее МУС – *А.И.*), в компетенцию которого входят геноцид, военные преступления и преступления против человечности³. Они возглавили группу так называемых «государств-единомышленников» и на разных площадках убеждали мировое сообщество начать переговоры по созданию МУС. Они обе-

¹ Седых 2011, 62.

² Barnsley 2006, 400.

³ Богуш, Трикоз 2008, 19.

спечивали финансирование специального фонда при ООН, выделявшего средства развивающимся странам Азии и Африки на участие в переговорах, поскольку без их решения МУС не мог бы стать международным. 17 июля 1998 г. на дипломатической конференции ООН в Риме в результате голосования государств был принят Римский статут – договор, учредивший МУС. 1 июля 2002 г. статут МУС вступил в законную силу. В знак признания большой заслуги Канады в создании суда его первым председателем был избран канадский адвокат и дипломат Филипп Кирш, который в 1998 г. являлся председателем Комитета полного состава Дипломатической конференции полномочных представителей по учреждению МУС, а в 1999–2002 гг. возглавлял Подготовительную комиссию для МУС. Между тем, ряд крупнейших государств, и в том числе США, отказались подписать Римский статут, усмотрев в нем угрозу национальным интересам и государственному суверенитету. Подобная позиция Вашингтона, мягко говоря, не нашла понимания в Оттаве и Берлине⁴.

В 1990-е – начале 2000-х гг. руководству Канады и ФРГ в одинаковой мере была близка проблематика разоружения. Эти страны проявили заметную активность в борьбе против использования противопехотных мин, которые, несмотря на все запреты, зафиксированные в международном праве с 1980-х гг., продолжали применяться в военных конфликтах стран Третьего мира, унося многочисленные человеческие жизни. В 1994 г. Германия по собственной инициативе ввела мораторий на экспорт противопехотных мин, а в 1996 г. заявила о полном отказе от их применения⁵. Осенью того же года канадское правительство организовало международную конференцию по полному запрету производства, хранения, экспорта и применения противопехотных мин. В ней участвовали представители 50 государств-организаторов и 24 страны-наблюдателя. Эта конференция и положила начало Оттавскому процессу, целью которого стала выработка и подписание в течение одного года договора о запрещении противопехотных мин. Всего за один год усилия стран-членов процесса, собиравшихся на конференции в Вене (февраль 1997 г.), Брюсселе (июль 1997 г.) и Осло (сентябрь 1997 г.), привели к тому, что в декабре 1997 г. на заключительной конференции в Оттаве Договор о запрещении применения, накопления, производства и передачи противопехотных мин и их уничтожении был подписан представителями 122 стран. Всего за четыре месяца документ ратифицировали 40 государств, и он вступил в силу⁶. США не присоединились к Договору, что стало еще одним поводом для их критики со стороны Канады и Германии.

Будучи неядерными странами, Канада и Германия поддерживали все инициативы, связанные с ядерным нераспространением. Оттава и Берлин в числе первых подписали и ратифицировали Договор о всеобъемлющем запрещении ядерных испытаний (далее ДВЗЯИ – *А.И.*) 23 сентября 1996 г., который предусматривал обязанность каждого государства-участника «не производить любой испытательный взрыв ядерного оружия и любой другой ядерный взрыв, а также запретить и предотвращать любой такой ядерный взрыв в любом месте, находившимся под

⁴ Павлов 2009, 36.

⁵ Naake 2000.

⁶ Молочков 2002, 180.

его юрисдикцией или контролем»⁷. Обе страны приветствовали решение других членов мирового сообщества присоединиться к Договору, считая его важным инструментом укрепления режима нераспространения. Вот почему известие об отказе Сената США ратифицировать ДВЗЯИ было встречено в Оттаве и Берлине с нескрываемым разочарованием. 15 октября 1999 г. министр обороны Германии Р. Шарпинг назвал позицию США «плохим сигналом, о котором мы глубоко сожалеем». 5 ноября 1999 г. министр иностранных дел ФРГ Й. Фишер заявил, что решение Вашингтона убеждает Индию, Пакистан, Северную Корею не подписывать договор, что подрывает режим нераспространения. Министр иностранных дел Канады Л. Эксуорси в своем выступлении 22 октября 1999 г. отметил: «отказ Сената США ратифицировать ДВЗЯИ является существенным шагом назад, отказом США от 50-летнего лидерства <...> и сокрушительным ударом по глобальным усилиям установить контроль над ядерными вооружениями»⁸.

В спектре проблем нераспространения Канада и Германия придавали важное значение вопросу ликвидации оружия массового уничтожения и ядерных материалов. Так оказалось, что Россия стала одним из самых главных объектов их усилий в этой сфере. После краха СССР наша страна была признана неспособной самостоятельно ликвидировать большое наследие советских программ по производству материалов и оружия массового уничтожения, а потому требующей помощи мирового сообщества для устранения угроз и обеспечения безопасности. С начала 1990-х гг. ФРГ занималась ликвидацией ОМУ на территории СНГ и России и выделяла серьезные средства на утилизацию сокращаемого в Российской Федерации ядерного оружия и материалов⁹. Канада в 2002 г., принимая саммит «Большой восьмерки» в Кананаскисе, выступила с инициативой объединить силы ведущих государств в борьбе с распространением материалов и оружия массового уничтожения в рамках международной программы «Глобальное партнерство». В качестве приоритетных направлений программы, фокусировавшейся преимущественно на России, были определены: уничтожение химического оружия, утилизация списанных атомных подводных лодок и расщепляющихся материалов и трудоустройство бывших ученых-оружейников¹⁰. Проект длился 10 лет и обошелся в 20 млрд. долл. Германия и Канада выступали крупнейшими донорами программы, потратив 1,8 млрд. долл. и 740 млн. долл. США соответственно. За эти годы в том числе на предоставленные Оттавой и Берлином средства были утилизированы 192 атомные подводные лодки, ранее выведенные из боевого состава ВМФ России; создана отвечающая всем требованиям безопасности береговая инфраструктура для работы с облученным ядерным топливом, радиоактивными отходами и для хранения реакторных отсеков утилизированных подлодок на Кольском полуострове и в Приморье; на производственное объединение «Маяк» вывезено для переработки 50 т. ядерного топлива, использованного в реакторах атомных субмарин.

В конце 1990-х гг. Канада и Германия продемонстрировали общий подход к кризису в Косово, в основе которого лежала концепция гуманитарной интервен-

⁷ Шаклеина 2002/4, 204–233.

⁸ Axworthy 1999.

⁹ Фролов 2003, 4–14.

¹⁰ Иванов 2009, 226–227.

ции. Она получила распространение в странах Запада с приходом глобализации и подразумевала право международного сообщества осуществлять вмешательство во внутренние дела суверенных государств, в том случае если их политика ведет к нарушениям гуманитарных прав. «Права человека важнее государственного суверенитета» – таким был главный тезис теории гуманитарной интервенции. Надо сказать, что он полностью соответствовал официальной канадской внешнеполитической доктрине 2-й половины 1990-х гг. о «безопасности личности» (human security)¹¹. Схожие идеи о защите прав человека в условиях вооруженных конфликтов и правомочности международного военного вмешательства для обеспечения безопасности мирного населения развивал и МИД ФРГ. Оттава и Берлин участвовали в военной операции НАТО в Югославии в основном предоставлением боевых самолетов: Канада предоставила 6 истребителей CF-18, а Германия – 4 истребителя «ECR Торнадо»¹². Сегодня уже никто не сомневается в том, что операция «Союзная сила», проведенная без санкции Совета Безопасности ООН в нарушении норм международного права, не только «не обеспечила стабилизацию ситуации в Балканском регионе, а, напротив, создала политическую среду для непосредственной реализации имевшихся этнических, конфессиональных и социальных противоречий в самых крайних проявлениях»¹³. В этом смысле действия Канады и ФРГ иначе, как ошибкой, не назовешь.

Торжество силы над правом повторилось в 2003 г., правда, руководству Канады и Германии хватило мудрости остаться в стороне от этих событий. Оттава¹⁴ и Берлин¹⁵, несмотря на серьезное давление со стороны США и Великобритании, отказались принимать участие в военной операции против Ирака. Их позиция совпадала в главном – неприятию агрессивной внешней политики республиканской администрации Дж. Буша-младшего, ее приверженности односторонним действиям и военной силе. Правящие либеральная партия Канады и «красно-зеленая коалиция» в Германии проявили солидарность в оценке событий, указав на то, что

- США не предоставили убедительных доказательств разработки Ираком оружия массового уничтожения, существования технологий, способных произвести такое оружие, а также связей С. Хусейна с террористической организацией «Аль-Каида». Хотя большинством канадцев и немцев Хусейн мыслился диктатором и угрозой международной безопасности, представленные США «свидетельства» казались им ненадежными, неубедительными и даже грубо сфальсифицированными. В связи с этим канадская и немецкая сторона с самого начала настаивали на проведении дополнительных инспекций;
- иракская проблема должна была решаться дипломатическим, а не военным путем. Все опросы, проведенные в Канаде и Германии накануне военной операции против Ирака, показывали, что в обеих странах преобладали пацифистские настроения, что подавляющая часть населения была против войны «по американским понятиям». В марте 2003 г., непо-

¹¹ Касьянова 2002, 36–42; Nelles 2002, 463.

¹² Никонов 2007, 21–22.

¹³ Латков 2015, 11–12.

¹⁴ См.: Иванов 2013.

¹⁵ См.: Егоров 2011.

средственно перед англо-американским вторжением в Ирак, в Канаде и Германии прокатилась волна антивоенных митингов;

- главная роль в урегулировании конфликта должна была принадлежать ООН, и без санкции Совета Безопасности военная операция против Ирака являлась незаконной;
- вторжение США и Великобритании в Ирак – это ошибка.

Еще одно серьезное разногласие между Канадой, ФРГ и США было вызвано намерением администрации Дж. Буша-младшего в одностороннем порядке выйти из Договора по ПРО 1972 г. и начать строительство Национальной противоракетной обороны (далее НПРО – *А.И.*). Правительства двух стран назвали американскую инициативу вызовом международной стабильности, поскольку она ставила под удар международно-правовую систему контроля над вооружениями, нагнетала напряженность в отношениях с Россией и грозила обернуться новым витком гонки вооружений. Официальные представители ФРГ в достаточно жесткой форме заявили, что ожидают детальных консультаций в НАТО, прежде чем будет принято окончательное решение о развертывании НПРО¹⁶. Канадская сторона пошла еще дальше. 18 декабря 2000 г. в ходе государственного визита президента РФ в Канаду Ж. Кретъен и В.В. Путин подписали Совместное заявление о сотрудничестве в области стратегической стабильности. В этом документе говорилось: «Российская Федерация и Канада согласны в том, что Договор по ПРО 1972 г. является краеугольным камнем стратегической стабильности и важной основой международных усилий по ядерному разоружению и нераспространению»¹⁷. Тот факт, что Кретъен делал подобное заявление совместно с президентом России – наиболее жестким критиком намерений Дж. Буша-младшего игнорировать Договор 1972 г., придавало позиции Оттавы особое звучание. И в последующем Канада и Германия настойчиво добивались от США детальных разъяснений планов создания американской НПРО и призывали Вашингтон к переговорам с заинтересованными державами, прежде всего с Россией и Китаем, о возможных согласованных изменениях в системе обеспечения международной стабильности¹⁸.

Заключение

Таким образом, на рубеже XX–XXI вв. Канада и Германия проявили общность подходов к решению проблем в сфере разоружения, ядерного нераспространения, экологии и пр. Солидарность в позициях двух стран объяснялась не только поддержкой повестки дня ООН, но и сходством некоторых параметров, например, неядерный статус или географическая близость с Россией. Приведенные примеры хорошо демонстрируют, что Оттава и Берлин имели определенные расхождения, противоречия и трения с Вашингтоном, они не принимали претензий США на мировую гегемонию, их приверженность силе, практику односторонних действий и игнорирование мнения союзников по ключевым вопросам международной безопасности.

¹⁶ Павлов 2009, 35.

¹⁷ Шаклеина 4, 2002, 312–318.

¹⁸ Молочков 2002, 181.

ЛИТЕРАТУРА

- Богуш, Г.И., Трикоз, Е.Н. (ред.) 2008: *Международный уголовный суд: проблемы, дискуссии, поиск решений*. М.
- Егоров, А.И. 2011: Дипломатическое участие Германии в конфликте вокруг Ирака (2001–2003 гг.). *Международные отношения. Политология. Регионоведение. Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского* 5, 268–274.
- Иванов, А.Г. 2009: Канада и Челябинская область: контуры сотрудничества (1990-е – 2000-е гг.). В сб.: А.Г. Иванов (отв. ред.), *Актуальные проблемы истории Канады: современные подходы отечественной новистики: сборник научных трудов памяти профессора Г.И. Лузянина*. Магнитогорск, 214–232.
- Иванов, А.Г. 2013: Канада и война в Ираке 2003–2011 гг. В сб.: А.П. Косов (отв. ред.), *Актуальные проблемы международных отношений и дипломатии (вторая половина XX – начало XXI в.): материалы международной научно-практической конференции, Витебск, 25–26 апреля 2013 г.* Витебск, 83–87.
- Касьянова, А.А. 2002: Канада и «безопасность личности»: концепция и политика. *США – Канада: экономика, политика, культура* 8, 36–53.
- Латков, А.С. 2015: *Балканское направление внешней политики ФРГ (1991–2014 гг.)*: дис. канд. ист. наук. М.
- Молочков, С.Ф. 2002: Канадо-американские отношения. В кн.: В.И. Соколов (отв. ред.) *Канада: взгляд из России. Экономика, политика, культура*. М., 171–184.
- Никонов, Е.Г. 2007: *Германская политика по урегулированию региональных конфликтов на постюгославском пространстве 1991–1999 гг.*: автореф. дис. канд. ист. наук. Казань.
- Павлов, Н.В. 2009: В поисках «нового начала». Об американо-германских отношениях. *Международная жизнь* 4, 26–38.
- Седых, С.В. 2011: Новая энергетическая стратегия ФРГ. *Вестник Финансового университета* 1, 61–66.
- Фролов, А. 2003: Германия и процесс ликвидации избыточных ядерных вооружений в России. *Вопросы безопасности* 3, 4–14.
- Шаклеина, Т.В. (ред.) 2002: *Внешняя политика и безопасность современной России. 1991–2002. Хрестоматия в четырех томах*. М.
- Axworthy, L. 1999: *General arguments in favor of a nuclear test ban*. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://debatepedia.idebate.org/en/index.php/Argument:_General_arguments_in_favor_of_a_nuclear_test_ban
- Barnsley, I. 2006: Dealing with change: Australia, Canada and the Kyoto Protocol to the Framework Convention on climate change. *The Round Table* 95, 399–410.
- Haake, M. 2000: *German's landmine policy in the twilight*. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.landmine.de/fileadmin/user_upload/pdf/Publi/LM2000.pdf
- Nelles, W. 2002: Canada's Human Security Agenda in Kosovo and Beyond: Military Intervention versus Conflict Prevention. *International Journal* 57, 459–479.

REFERENCES

- Axworthy, L. 1999: *General arguments in favor of a nuclear test ban*, http://debatepedia.idebate.org/en/index.php/Argument:_General_arguments_in_favor_of_a_nuclear_test_ban
- Barnsley, I. 2006: Dealing with change: Australia, Canada and the Kyoto Protocol to the Framework Convention on climate change. *The Round Table* 95, 399–410.
- Bogush, G.I., Trikoz, E.N. (red.) 2008: *Mezhdunarodnyj ugovnoyj sud: problemy, diskussii, poisk reshenij*. Moscow.

- Egorov, A.I. 2011: Diplomatičeskoe učashtie Germanii v konflikte vokrug Iraka (2001–2003 gg.). *Mezhdunarodnye otnosheniya. Politologiya. Regionovedenie. Vestnik Nizhegorodskogo universiteta im. N.I. Lobachevskogo* 5, 268–274.
- Frolov, A. 2003: Germaniya i process likvidacii izbytochnyh yadernyh vooruzhenij v Rossii. *Voprosy bezopasnosti* 3, 4–14.
- Haake, M. 2000: German's landmine policy in the twilight, http://www.landmine.de/fileadmin/user_upload/pdf/Publi/LM2000.pdf
- Ivanov, A.G. 2009: Kanada i CHelyabinskaya oblast': kontury sotrudnichestva (1990-e – 2000-e gg.). In: A.G. Ivanov (red.), *Aktual'nye problemy istorii Kanady: sovremennye podhody otechestvennoj novistiki: sbornik nauchnykh trudov pamyati professora G.I. Luzyanina*. Magnitogorsk, 214–232.
- Ivanov, A.G. 2013: Kanada i vojna v Irake 2003–2011 gg. In: A.P. Kosov (red.), *Aktual'nye problemy mezhdunarodnykh otnoshenij i diplomatii (vtoraya polovina XX – nachalo XXI v.): materialy mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii, Vitebsk, 25–26 aprelya 2013 g.* Vitebsk, 83–87.
- Kas'yanova, A.A. 2002: Kanada i «bezopasnost' lichnosti»: koncepciya i politika. *SSHA – Kanada: ehkonomika, politika, kul'tura* 8, 36–53.
- Latkov, A.S. 2015: *Balkanskoe napravlenie vneshnej politiki FRG (1991–2014 gg.)*: dis. kand. ist. nauk. Moscow.
- Molochkov, S.F. 2002: Kanado-amerikanskije otnosheniya. In: V.I. Sokolov (red.), *Kanada: vzglyad iz Rossii. Ekonomika, politika, kul'tura*. Mocsow, 171–184.
- Nelles, W. 2002: Canada's Human Security Agenda in Kosovo and Beyond: Military Intervention versus Conflict Prevention. *International Journal* 57, 459–479.
- Nikonov, E.G. 2007: *Germanskaya politika po uregulirovaniyu regional'nykh konfliktov na postyugoslavskom prostranstve 1991–1999 gg.*: avtoref. dis. kand. ist. nauk. Kazan'.
- Pavlov, N.V. 2009: V poiskah «novogo nachala». Ob amerikano-germanskikh otnosheniyah. *Mezhdunarodnaya zhizn'* 4, 26–38.
- Sedyh, S.V. 2011: Novaya ehnergeticheskaya strategiya FRG. *Vestnik Finansovogo universiteta* 1, 61–66.
- Shakleina, T.V. (red.) 2002: *Vneshnyaya politika i bezopasnost' sovremennoj Rossii. 1991–2002. Hrestomatiya v chetyrekh tomah*. Moscow.

SOME ASPECTS OF CANADIAN AND GERMAN APPROACHES TO THE
GLOBAL ISSUES OF HUMANKIND AND INTERNATIONAL SECURITY
AT THE TURN OF THE 20th – 21st centuries

Aleksey G. Ivanov

Nosov Magnitogorsk State Technical University, Russia,
ivanov79@mail.ru

Abstract. Ottawa and Berlin perceived the collapse of the Soviet Union, the victory of the Western model and the beginning of globalization as a good time to solve global problems and to strengthen peace and security. They actively supported the signing of the Kyoto Protocol on reducing greenhouse gas emissions and made a significant contribution to the establishment of the International Criminal Court. Canada and Germany played an important role in promotion of international projects which were related to disarmament and nuclear non-proliferation. There is no doubt that Canada and Germany had a great contribution to the signing of the Ottawa

Anti-Personnel Mine Ban Convention, The Comprehensive Nuclear-Test-Ban Treaty and implementation of the international program “Global Partnership”. Ottawa and Berlin shared the concept of humanitarian intervention, which meant that the international community had the right to intervene in the internal affairs of sovereign states to ensure the safety of civilians and that was why both countries took part in the bombing of Yugoslavia. However, the governments of Canada and Germany did not support American and British invasion to Iraq in 2003, because they did not believe the evidence presented by Washington that Iraq produced the mass destruction weapons and because Americans did not get the resolution for military operation against Saddam Hussein from UN Security Council. Ottawa and Berlin were ready to criticize Washington, not accepting the US claim to global hegemony, the habit of Americans to use the military power too often, their practice of unilateral actions and ignoring the views of the allies on key issues of international security.

Key words: Canada, Germany, global issues, international security, disarmament, nuclear non-proliferation



Problemy istorii, filologii, kul'tury
3 (2016), 200–210
© The Author(s) 2016

Проблемы истории, филологии, культуры
3 (2016), 200–210
© Автор(ы) 2016

СОВЕТСКАЯ ИНТЕЛЛИГЕНЦИЯ И СОЮЗНИКИ ПО АНТИГИТЛЕРОВСКОЙ КОАЛИЦИИ: ВЗГЛЯДЫ И ПРОБЛЕМЫ ВОСПРИЯТИЯ

И.О. Колдомасов

*Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова,
Магнитогорск,
koldomasov@inbox.ru*

Аннотация. В годы Второй мировой войны советской интеллигенции принадлежало особое место в системе межсоюзнических отношений. С одной стороны, ее представители были «народными ораторами», чей статус и известность должны были способствовать развитию и укреплению взаимоотношений Советского Союза с США и Великобританией, а с другой – именно эти качества вызывали пристальное внимание к интеллектуальной элите со стороны органов государственной безопасности. Советское руководство стремилось использовать творческую и научную интеллигенцию, как своего рода «приманку», которая стимулирует интерес западных государств к СССР. При этом границы дозволенного всегда были под полным контролем партийной и политической элиты. Среди интеллигенции бытовали как горячее желание вырваться из-под правительственной опеки, так и откровенный конформизм во взаимоотношениях с властными структурами, обусловленный мотивами самосохранения.

Столь же неоднозначным было отношение представителей советской интеллигенции к союзникам. Имея более широкие (в сравнении со среднестатистическими гражданами) источники для получения информации о западных государствах, включая личное знакомство с известными деятелями науки и искусства за рубежом, советские интеллектуалы могли довольно глубоко и точно обрисовать основные тенденции во взаимоотношениях с союзниками и представить их социально-психологические портреты. Однако имела место и субъективная оценка Запада: поражение в войне могло заставить советских писателей, художников, композиторов искать убежища за рубежом, что сдерживало откровенную критику в адрес союзников. Результатом такого рода двойственности стал многоуровневый и далеко неоднозначный образ западных союзников, который транслировался в массовое сознание советского общества, что и требовалось руководству страны

Ключевые слова: советская интеллигенция, антигитлеровская коалиция, союзники, советские писатели, Еврейский антифашистский комитет, цензура, образ союзников

Колдомасов Илья Олегович – кандидат исторических наук, доцент кафедры Всеобщей истории Магнитогорского государственного технического университета им. Г.И. Носова. E-mail: koldomasov@inbox.ru

Введение

Представители советской интеллигенции в военные годы занимали важное место в социальной стратификации общества, находясь между государственной и партийной элитой и народными массами. Уровень образования и культуры данной группы значительно превышал не только показатели большинства обычных граждан, но и уровень многих работников партийного аппарата. Этот фактор способствовал расширению возможностей ознакомления с внутренней жизнью государств антигитлеровской коалиции преимущественно за счет использования дополнительных источников информации (например, литературы и радиопередач на иностранных языках). С другой стороны, интеллигенция находилась под чутким надзором органов государственной безопасности, результатом деятельности которых могла стать немилость или даже опала со стороны кремлевской элиты. Однако определенная специфика во взглядах на английских и американских партнеров у деятелей науки и искусства все же существовала.

Уже с самого начала Великой Отечественной войны вся деятельность советской интеллигенции была направлена на обличение фашизма и призывы к международной солидарности, адресованные интеллектуальным элитам всего мира, в том числе Англии и США. Публичные выступления писателей и артистов и помещенные в газетах заметки и призывы выглядели крайне идеологизированными и дублировали установки властных структур в красивой литературной форме. Например, в очерке А. Фадеева «Единение славянских народов в борьбе против гитлеризма» доминировала мысль о соединении усилий трех держав в битве с врагом: «Народы Советского Союза и народ Англии ведут смертельную борьбу с залившими кровью мир фашистскими ордами. Этой освободительной борьбе помогают США, этому сочувствует весь демократический мир, все передовое человечество»¹.

Тексты подобного рода нередко облекались в форму писем, не имевших конкретных адресатов, а выражавших призыв к активным действиям союзников или немой укор по причине отсутствия последних. Так, Л. Леонов в письмах «Неизвестному американскому другу» описывал многочисленные зверства фашистов на территории СССР и призывал американцев выступить против Гитлера не без доли злой иронии: «Я не умею разгадать логику зреющего в недрах ваших генеральных штабов великого плана разрушения фашизма. Я простой человек, который пишет черным по белому для миллионов своего народа. Может быть, я не прав, но только мне всегда казалось, что злодей, который в цинковой коробке травит окисью углерода пятилетнюю девочку, заслуживает немедленного удара не в пятку, а в грудь и лицо. Конечно, все дороги ведут в Рим, все же кратчайшее расстояние между двумя точками есть прямая...»².

Таких публикаций было несчетное количество, лейтмотивом в них была идея мобилизации усилий англичан и американцев на помощь в борьбе с фашизмом. Схожие послания поступали и в СССР, иногда персонально на имя деятелей науки и искусства, их содержание нередко выражало восхищение действиями советских

¹ Афанасьева 1985, 64.

² Афанасьева 1985, 169–170.

союзников³. Но со стороны советской интеллигенции в посланиях звучал упрек, который должен был стимулировать интеллектуальные круги США и Великобритании к оказанию давления на правящие круги своих стран для активизации помощи СССР.

Выяснить истинное отношение интеллигенции к партнерам по коалиции представляется более трудоемкой задачей. В печатных произведениях, карикатурах и прочих наглядных формах старательно выдерживалась официальная государственно-партийная линия, что также служило гарантией собственной востребованности на творческом поприще. Например, в качестве обязательного элемента жизни в союзном государстве изображалась эксплуататорская сущность отношений между владельцами предприятий и простыми рабочими. А. Корнейчук в своей пьесе «Фронт» привел похожий эпизод в диалоге командующего И. Горлова с братом Мироном: последний два года провел в Америке, где работал инженером на заводе Форда и отзывался об этом периоде с неприязнью. На просьбу брата объяснить причины этого негатива, Мирон говорил: «Трудно было вначале, с ума сходил, чтобы не отстать, выгнали б. Насилу ноги из цеха выносили после работы. Ни есть, ни пить – падал, как мертвый»⁴. Однако степень автоматизации производства в США намного превосходила советскую, что сознательно умалчивалось драматургом для формирования «правильных» взглядов у советских читателей.

Еще одним постоянным сюжетом в произведениях интеллигенции было обращение к проблеме второго фронта, что одновременно служило выражением настоящих чаяний советских людей и выполнением политического задания. В повести К. Симонова «Дни и ночи» комбат Сабуров принимал приехавшего из Москвы журналиста Лопатина и угощал походной пищей: «Вот американские консервы, – сказал Сабуров, – прошу. Мы тут между собой, шутя, их вторым фронтом называем»⁵. Тем самым ставился акцент на несоответствии декларируемой помощи союзников ее реальным масштабам.

Даже в военных очерках, предназначенных для иностранных газет и журналов, известные советские писатели и публицисты буквально зывали к государствам антигитлеровской коалиции. Например, И. Эренбург в декабре 1942 г. агитировал заокеанских журналистов: «Европа ждет Америку. Каждый день – это сотни, это тысячи спасенных жизней. Время покончить с кровавой ночью Европы»⁶. Ближе к концу войны очерки писателя изменились: подчеркивая успешные действия антигитлеровской коалиции, Эренбург выделял растущую мощь Советского Союза на международной арене, игнорировать которую для западных государств крайне неразумно. В январе 1945 г. он обращался к гражданам США: «Я надеюсь, что американцы с присущей им любознательностью начнут изучать нашу страну. Пора оставить разговоры о том, что русские только потому побеждают, что русский солдат всегда бывал храбрым <...> Чем раньше американцы усвоят, что мы сильная и вполне современная страна, что наши победы не

³ Бабин 1985.

⁴ Правда 24.08.1942.

⁵ Симонов 1967/2, 91.

⁶ РГАЛИ. Ф. 1204. Оп. 2. Д. 216. Л. 63.

случайные выигрыши, а плоды дерзаний и трудов, тем лучше будет и для нас, и для Америки, и для мира»⁷.

Неоднозначность восприятия союзников в среде интеллигенции воплощалась в дневниковых записях, особенно, когда в них фигурировали впечатления от личных контактов. Например, К. Симонов, работавший военным корреспондентом в годы войны, нередко встречался с английскими и американскими коллегами. Любопытно, что многие его впечатления выступают литературно обработанным отражением эмоций рядовых советских граждан, впервые встретившихся с союзниками лицом к лицу. Так, привычка следовать традициям и чопорность англичан выражались не только в том, что офицеры в военных условиях возили с собой по пять одеял и по небольшой брезентовой ванне («уважающий себя англичанин без ванны не проживет»), но и в подписи каждого за порцию виски (30 грамм) в специальной записной книжечке. Практический смысл проделываемой операции (любой офицер мог рассчитать сумму трат на личные нужды) для советского писателя был заслонен смешной мыслью о советских бойцах, расписывающихся за каждую выпитую рюмку водки⁸.

Отдельные элементы жизни за рубежом, помимо непонимания и иронии, вызывали у советской интеллигенции и раздражение. Например, председатель Еврейского антифашистского комитета (ЕАК) С. Михозлс делился «бытовыми» впечатлениями от посещения США: «... не дают второй чашки кофе, по вторникам ничего мясного (курица, гусь, утка, индейка и т. д. мясом не считаются). Ботинки по ордеру»⁹.

Особенно нелестную оценку получала иностранная, в частности – американская кухня. Карикатурист Б. Ефимов вспоминал эпизод, когда он вместе с коллегами проживал в «Гранд-отеле» во время Нюрнбергского процесса и питался зарубежными «изысками»: «...американская кухня здесь – это что-то чудовищное по невкусности и неаппетитности. Это – пресные каши, лежалые яйца, консервированное мясо с вареньем, котлеты с кремом, соленые огурцы с сахаром, все сладкое, все приторное. Особенно донимает то, что к столу вместо хлеба подается сладкий кекс с изюмом, с которым надо кушать и суп, и мясо»¹⁰. Когда же один из членов делегации получил передачу из Москвы с маринованной селедкой и бутылкой водки, вечером был устроен «праздничный» ужин с «деликатесами».

Безусловно, восприятие английской и американской культуры в среде советской интеллигенции выходило за рамки бытовых сюжетов, так как общий объем информации о союзниках и жизни за рубежом у интеллектуальной элиты был достаточным. Особо выделяло интеллигенцию среди остальных слоев населения знание иностранных языков. Политическая или экономическая подоплека отношений трех государств выступала важной верхушкой айсберга, основанием которого были культурные контакты и интерес к истории США и Великобритании.

Такая же познавательная функция и интерес наличествовали у представителей западной интеллигенции, но степень политизированности каждого шага советских людей, в том числе ученых, писателей, художников высокого ранга была

⁷ РГАЛИ. Ф. 1204. Оп. 2. Д. 257. Л. 2об.

⁸ Симонов 2004, 350–354.

⁹ РГАЛИ. Ф. 2693. Оп. 1. Д. 56. Л. 11.

¹⁰ Ефимов 2000, 429.

несоизмеримо выше по причине все той же «излишней» информированности интеллигенции. В отдельных случаях контроль доходил до абсурда. Например, в феврале 1942 г. заведующая Английским отделом ВОКС Л. Кислова обратилась к председателю Союза советских композиторов Д. Шостаковичу с просьбой организовать просмотр присланных из Великобритании партитур, написать статью об английской музыке и письмо в адрес современных британских композиторов. Когда все перечисленное было выполнено, на письмо перед отправлением в Англию была наложена жесткая резолюция со стороны сотрудника Наркомата иностранных дел Ф.Т. Гусева, будущего посла на Туманном Альбионе. Претензии касались незнания(!) английской музыки советскими композиторами и неверной характеристики ряда мастеров британской музыки прошлого – Перселля, Генделя, Эльгара – как великих композиторов. (Последнее замечание отражало личное мнение самого Гусева.)¹¹

В итоге письмо подверглось переделке в самом ВОКСе, после чего было отправлено в Англию. Из текста исчезли все хвалебные фразы, характеризующие английскую музыку, из списка выдающихся композиторов была исключена фамилия Генделя (вероятно, из-за его немецкого происхождения), зато появилось много информации о творчестве советских композиторов¹². Неизвестно, как сами авторы начального текста письма – Д. Шостакович, Р. Глиэр, А. Крейн, А. Оголевцев – реагировали на эти ремарки, но вряд ли такое отношение к их труду способствовало развитию музыкальных связей между двумя странами.

Подобная «опека» со стороны властей выражалась в жестком регулировании выездов интеллигенции за границу. В культурной среде постепенно вызревала идея об организации совместного советско-американского турне деятелей культуры, поддерживаемая дипломатами. Посол в США К.А. Уманский считал, что посылать нужно только самых известных людей – И. Эренбурга, Д. Шостаковича, С. Эйзенштейна, В. Пудовкина. Реакция американцев будет соответствующей, и они готовы будут направлять деятелей с именем (Санбург, Драйзер)¹³. Но советское правительство не спешило поддержать данную инициативу, оставляя государство закрытым для иностранцев. Исключением выглядели и ответные визиты.

Наиболее значимым событием стала отправка лидеров ЕАК С. Михоэлса и И. Фефера в Соединенные Штаты летом–осенью 1943 г. Цель поездки была очевидной и прежде всего экономической – «укрепить просоветские настроения на Западе и побудить американских евреев к оказанию СССР материальной помощи»¹⁴.

Вопрос о приезде был поставлен самим А. Эйнштейном перед советским посольством в Вашингтоне и получил (с оговорками) положительное разрешение в Москве. Количество членов делегации было сокращено с 6 до 2 человек, перед выездом Михоэлса и Фефера инструктировали Л. Берия и А. Щербаков, предостерегавшие лидеров ЕАК «против участия в каких-либо незапланированных встречах и дискуссиях без санкции советских дипломатов»¹⁵. Фигура И. Фефера

¹¹ Невежин 1990, 210–212.

¹² Невежин 1990, 213.

¹³ ГАРФ. Ф. 8581. Оп. 1. Д. 1. Л. 19.

¹⁴ Костырченко 1996, 185.

¹⁵ Костырченко 1996, 186.

в качестве компаньона С. Михоэlsa также не была случайной: он считался типичным культуртрегером, преданным партии человеком, исполнявшим функции согладателя.

Огромный резонанс поездки подтвердился на всех социальных и политических уровнях. Представитель Комитета по кинематографии в США М. Колотозов писал своему начальству в Москву, что «приезд Михоэlsa был решающим фактором, расположившим к нам еврейские круги и давшим значительный материальный результат»¹⁶. Само руководство ЕАК, отчитываясь перед ЦК о результатах поездки, явно переоценивало свои достижения, утверждая, что «Михоэlsу и Феллеру удалось объединить все слои еврейского населения», а поездка «расценивалась зарубежной печатью как поворотный пункт в деле сплочения еврейских масс на борьбу с фашизмом»¹⁷.

Советские власти отреагировали на успех поездки ограничением деятельности ЕАК: долго не удовлетворяли просьбы о создании еврейской газеты, делегации ЕАК не могли посещать конференции Всемирного еврейского конгресса (ВЕК), как чисто сионистской организации, что привело к разрыву ЕАК и ВЕК. Итогом деятельности комитета стал его роспуск в ноябре 1948 г. (в связи с распространением антисоветской пропаганды и сотрудничеством с иностранной разведкой) и арест 125 его членов¹⁸.

Таким путем советское правительство использовало еврейскую часть интеллигенции СССР для укрепления международного престижа государства и избавилось от нее как от носителя чуждой идеологии при первом удобном случае. Другие представители советской интеллигенции в годы войны имели гораздо меньше свободы в вопросах сотрудничества с Западом и были склонны к компромиссу с властями.

Не стоит отрицать и корыстный мотив в ходе сотрудничества с союзниками, хотя его правильнее отнести к влиянию тяжелых условий военного времени, а не к личным качествам деятелей культуры и науки. Например, в январе 1942 г. академик Е.В. Тарле направил в ВОКС письмо, где согласился написать вступительную статью к американскому изданию «Нашествие» за помощь в снабжении некоторыми продуктами (Тарле жил в эвакуации в Казани). Академик жаловался, что заграничные издательства «до сих пор ни единого гроша фактически <...> не прислали ни натурой <...> ни деньгами», несмотря на обильнейшую долларовую жатву, собираемую американскими и прочими издателями¹⁹. Ответ из ВОКСа содержал просьбу поторопиться со статьей и объяснение, что средства из-за границы за издание трудов Тарле в Литературное Агентство не поступали²⁰.

Случались ситуации, когда деятель интеллигенции, выполняя волю советских властей, оказывался опозоренным в глазах западных союзников. Такая история произошла с писательницей В. Инбер, пережившей ленинградскую блокаду и встретившейся с иностранными корреспондентами, чтобы поведать ужасы этого явления. На деле рассказ писательницы подчеркивал героизм жителей города, в

¹⁶ РГАЛИ. Ф. 2456. Оп. 4. Д. 80. Л. 56.

¹⁷ Цит. по: Петрова 1999, 271.

¹⁸ Петрова 1999, 286–290.

¹⁹ ГАРФ. Ф. 5283. Оп. 14. Д. 99. Л. 24.

²⁰ ГАРФ. Ф. 5283. Оп. 14. Д. 99. Л. 68.

том числе интеллигенции, которая смогла выжить и работать в тяжелых условиях, и опускал подробности голода, трагедий, смертей – Инбер не ответила на вопросы о нормах хлеба, о температуре в помещениях и других вещах, забыть которые переживший блокаду не мог. Иностранные корреспонденты были разгневаны (в зале слышался шепот: «Сука»), разразился скандал, писательница в слезах покинула помещение, а ее имя для иностранцев стало «символом казенной лжи»²¹.

Однако мотивы поведения Веры Инбер были абсолютно ясны: решение таких вопросов, как публикация и размещение в нужных изданиях новых произведений находились в прерогативе советских властей, регулировавших печать литературных новинок и создающих непреодолимые препятствия для работы «неудобным» литераторам. Политические мотивы поведения Инбер доминировали над моральными: потеря репутации казалась писательнице меньшей ценой за нужную ложь для заграницы, чем литературная опала в родной стране.

Личные связи советской интеллигенции с зарубежными деятелями науки и искусства также находились под контролем и корректировались при необходимости. Например, давний знакомый карикатуриста Б. Ефимова – английский художник Дэвид Лоу в целом характеризовался положительно («средний» англичанин). Однако после отправки в Англию письма по заданию ВОКСа и прочтении ответа в «Вестнике иностранной служебной информации» ТАСС под грифом «Секретно» Ефимов заговорил о Лоу «с прохладцей», подмечая, что на карикатурах художника не всегда можно было понять, чью сторону тот занимал – простого британского народа, к чьему мнению апеллировала советская власть, или руководства Великобритании, чьи действия критиковались. Причиной этого можно считать оправдательную тактику Лоу, говорившего о неготовности Великобритании к военным действиям и о безусловном желании помочь стране Советов, но в будущем времени. Ефимов, отмечая обычные для Лоу искренность и симпатии к СССР, подчеркивал общую тактику английских союзников: «Медлительность Англии вызывала у нас разочарование и даже негодование»²². После войны, когда острота политических противоречий пошла на спад, отношения художников возобновились.

Безусловно, не весь спектр восприятия союзников определялся политической конъюнктурой. По-другому оно отражалось в дневниковых записях советской интеллигенции – здесь чувствовались горечь, боль, радость, надежда, попытка понять и проанализировать складывающиеся внутри антигитлеровской коалиции отношения в отрыве от большой политики (или в связи с ней). Редактор «Красной Звезды» Д. Ортенберг, вспоминая о неформальных встречах писателей и журналистов с иностранными корреспондентами за дружеским столом, писал, что во время обсуждения злободневной темы второго фронта публицист И. Эренбург постоянно перебивал выступления английских и американских коллег вопросом: «Почему не открываете второй фронт?». Эренбурга пытался одергивать корифей писательского цеха А.Н. Толстой: «Замолчи, хватит уже...»²³. Эти две линии – искреннее негодование, связанное с переживанием за судьбу родины, и осторожность с опасением нарушить какую-нибудь нить в механизме контактов – как

²¹ Улановская, Улановская 1994, 160–162.

²² Ефимов 2000, 353.

²³ Ортенберг 1997, 228.

нельзя лучше демонстрируют отношение к союзникам в среде советской интеллигенции.

Эмоциональные мотивы просматривались в личных записях многих представителей интеллигенции, особенно – в начале войны. 5 августа 1941 г. писатель Ю.Л. Слезкин в дневнике поносил действия дружественных держав: «Союзники – сволочи, митингуют и чешут затылки – или выступать? Или не выступать? Достаточно ли прочно истощен союзник, чтобы ему можно было помочь так, чтобы потом сесть на шею...»²⁴.

Разочарование в союзниках как в военных партнерах встречалось и позже. Весной 1944 г. жена кинооператора Г. Болтянского записала в дневнике: «Сегодня Международный Женский день. Я втайне мечтала, что союзники откроют второй фронт в начале марта и что этот день будет днем ожидания близкой победы и ликования во всех странах. Но, по-видимому, второй фронт откроется тогда, когда наши войска вступят за наши границы! Англичане во все века любили воевать чужими руками»²⁵.

Сын поэтессы М. Цветаевой, 15-летний Г. Эфрон, анализируя международное положение, предсказывал общий успех западных держав: «Черчилль и Рузвельт встречались на Тихом океане. По существу, во всем выигрывают Англия и Соединенные Штаты. Что до меня, мне кажется, что они просто выиграли войну. Даже если Германия одержит победу над СССР, немецким войскам нападение на Великобританию будет не под силу <...> Когда Германия будет достаточно ослаблена, на нее нападут Англия и Америка»²⁶. Эфрон даже прогнозировал экономическую зависимость СССР от Великобритании и США для оптимального восстановления послевоенного хозяйства, хотя никогда не придерживался пораженческих настроений. Его слова содержали другую идею: интеллигенция знала Запад больше, чем знал советский народ, и, несмотря на патриотизм в целом, должна была рассматривать альтернативный победе исход войны и возможность советским деятелям науки и искусства эмигрировать за границу, прежде всего, на территорию союзных государств. Реализация такого варианта событий наиболее точно определяла двойное дно взаимоотношений: «в интеллигентах борется сознание, что союзники слишком много говорят и слишком мало делают, и желание попользоваться в будущем благами, исходящими от этих же союзников <...> И когда оказывается, что все-таки союзники не благотворительное учреждение, когда союзники медлят ли, мало бомбят ли, начинается возмущение, разговоры о предательстве»²⁷.

Задача для интеллигенции в случае поражения СССР была определена инстинктом самосохранения, а отнюдь не отрицанием советской идеологии или равнодушием к судьбе Родины. Далеко не все лица интеллектуального труда предпочли бы погибнуть или сдаться в руки фашистам, поэтому их единственной альтернативой оставались союзные державы, отношение к которым было столь противоречивым. Связанные с США и Англией надежды находились в плоскости сохранения русской культуры и ее носителей, которые стали бы жертвой нацистов в случае поражения советской власти.

²⁴ ОР РГБ. Ф. 801. К. 1. Ед. хр. 9. Л. 187.

²⁵ РГАЛИ. Ф. 2057. Оп. 2. Д. 30. Л. 164–165.

²⁶ Эфрон 2004/1, 524–525.

²⁷ Эфрон 2004/2, 138.

Однако контроль властных структур над социокультурными контактами полностью сковывал инициативу советской интеллигенции. Деятели науки и искусства не могли решить вопрос о расширении связей с союзными державами и часто отчаивались от невозможности делать то, что они умели и считали нужным из-за бдительности цензуры. Высокопоставленные чиновники, как правило, использовали имена и авторитет ученых как бренд. Например, в июне 1942 г. на совещании о советской музыкальной пропаганде за границей композиторы четко высказались за то, чтобы «забрать дело музыкальной пропаганды в свои руки», потому что «чувство нового нельзя передоверять буржуазному коммерсанту»²⁸. Помощь Музыкального издательства (Музгиза) в данном вопросе была определена как слабая. В ответ заведующая Английским отделом ВОКС Л. Кислова апеллировала к разрыву между возможностями отправки музыки и списком необходимых произведений (большие формы стоили дороже), отметив недостаточную помощь Союза композиторов, не заинтересованных работать на «холостом ходу»²⁹.

Заключение

В целом, отношение интеллигенции к союзникам было самым сложным и неоднозначным среди всех социальных групп советского общества. С одной стороны, восприятие базировалось на комплексе знаний по истории и культуре стран Запада, личном или заочном знакомстве со многими деятелями английской и американской науки и искусства и приближенности к источникам информации. В результате складывался «социально-бытовой» образ союзника, который способствовал формированию и расширению представлений народа о западных державах. К примеру, в путевых заметках С. Михоэlsa, облаченных в форму лекций для советской общественности, встречались характеристики американцев (быстрота, конкретность, деловитость, техническая оснащенность, интерес к России) и англичан (чопорность, следование этикету и традициям, противопоставление себя другим народам³⁰), напоминающие развернутый набор образов у других категорий населения.

С другой стороны, у интеллигенции наличествовал «политический» образ союзников, включающий в себя патристический настрой и желание сотрудничать с Западом на равноправной основе, а также опасения за свою судьбу перед собственной властью, что ограничивало инициативу интеллигенции в расширении контактов с представителями союзных держав. Особое место также занимал интерес к Англии и США как потенциальным работодателям в случае поражения Советского Союза. Эти факторы сформировали многоуровневый образ союзников, в котором тонкая грань определяла переплетение положительных и отрицательных характеристик, испытывающих зависимость от международной обстановки.

²⁸ ГАРФ. Ф. 5283. Оп. 14. Д. 99. Л. 128об.

²⁹ ГАРФ. Ф. 5283. Оп. 14. Д. 99. Л. 128.

³⁰ ГАРФ. Ф. 5283. Оп. 1. Д. 59. Л. 1–64.

ЛИТЕРАТУРА

- Афанасьева, Ю.Н. (сост.) 1985: *Публицистика периода Великой Отечественной войны и первых послевоенных лет*. М.
- Бабин, А.И. (сост.) 1985: *Величие подвига советского народа: Зарубежные отклики и высказывания 1941–1945 гг. о Великой Отечественной войне*. М.
- Ефимов, Б.Е. 2000: *Десять десятилетий о том, что видел, пережил, запомнил*. М.
- Костырченко, Г.В. (ред.) 1996: *Еврейский антифашистский комитет в СССР, 1941–1948: документированная история*. М.
- Невежин, В.А. 1990: Из истории культурных связей СССР с Великобританией и США в рамках антигитлеровской коалиции (1941–1945 гг.). В сб.: *Духовный потенциал советского народа в Великой Отечественной войне*. М., 202–226.
- Ортенберг, Д.И. 1988: *Год 1942: Рассказ-хроника*. М.
- Петрова, Н.К. 1999: *Антифашистские комитеты в СССР: 1941–1945 гг.* М.
- Симонов, К.М. 1967: *Собрание сочинений*: в 6 т. М.
- Симонов, К.М. 2005: *Разные дни войны. Дневник писателя*: в 2 т. М.
- Улановская, Н.М., Улановская, М.А. 1994: *История одной семьи*. М.
- Эфрон, Г.С. 2004: *Дневники*: в 2 т. М.

REFERENCES

- Afanas'eva, Ju.N. (sost.) 1985: *Publicistika perioda Velikoj Otechestvennoj vojny i pervyh poslevoennyh let*. Moscow.
- Babin, A.I. (sost.) 1985: *Velichie podviga sovetskogo naroda: Zarubezhnye otkliki i vyskazyvaniya 1941–1945 gg. o Velikoj Otechestvennoj vojne*. Moscow.
- Efimov, B.E. 2000: *Desjat' desjatiletij o tom, chto videl, perezhil, zapomnil*. Moscow.
- Jepron, G.S. 2004: *Dnevniki*: v 2 t. Moscow.
- Kostyrchenko, G.V. (red.) 1996: *Evrejskij antifashistskij komitet v SSSR, 1941–1948: dokumentirovannaja istorija*. Moscow.
- Nevezhin, V.A. 1990: Iz istorii kul'turnyh svjazej SSSR s Velikobritaniej i SShA v ramkah anti-gitlerovskoj koalicii (1941–1945 gg.). In: *Duhovnyj potencial sovetskogo naroda v Velikoj Otechestvennoj vojne*. Moscow, 202–226.
- Ortenberg, D.I. 1988: *God 1942: Rasskaz-hronika*. Moscow.
- Petrova, N.K. 1999: *Antifashistskie komitety v SSSR: 1941–1945 gg.* Moscow.
- Simonov, K.M. 1967: *Sobranie sochinenij*: v 6 t. Moscow.
- Simonov, K.M. 2005: *Raznye dni vojny. Dnevnik pisatelja*: v 2 t. Moscow.
- Ulanovskaja, N.M., Ulanovskaja, M.A. 1994: *Istorija odnoj sem'i*. Moscow.

THE SOVIET INTELLIGENTSIA AND THE ANTI-HITLER COALITION ALLIES:
THE VIEWS AND PERCEPTIONS OF THE PROBLEM

Ilya O. Koldomasov

Nosov Magnitogorsk State Technical University, Magnitogorsk, Russia,
koldomasov@inbox.ru

Abstract. During the Second World War the Soviet intelligentsia had a special place in the system of inter-allied relations. On the one hand, its representatives were “national speakers”, whose status and popularity were to promote the development and consolidation of relations between the Soviet Union, the United States and Great Britain. On the other hand, those

characteristics attracted attention to the intellectual elite from the state security. The Soviet leadership tried to use the creative and scientific intelligentsia, as a kind of “bait”, which stimulated the interest of Western states to the Soviet Union. At the same time the limits have always been under the full control of the political elite. Among the intelligentsia existed a burning desire to escape from the government’s care and frank conformism in relations with the authorities determined by motives of self-preservation.

The attitude of the Soviet intelligentsia to the allies was equally controversial. With greater (compared with the average citizens) sources of information about Western countries, including personal acquaintance with famous foreign science and art personalities, Soviet intellectuals could quite deep and accurately describe the main trends in the relations with the allies and produce their social and psychological portraits. However, there was a subjective assessment of the West. The defeat in the war could make the Soviet writers, artists, composers seek asylum abroad. It restrained open criticism of the allies. The result of this duality has become a multi-level and controversial image of the Western allies, which was broadcast in the mass consciousness of Soviet society. It required the country’s leadership.

Key words: Soviet intelligentsia, anti-Hitler coalition, allies, Soviet writers, Jewish anti-fascist committee, censorship, the image of the allies



ГОСУДАРСТВО И СЕМЬИ ВОЕННОСЛУЖАЩИХ В ГОДЫ ВТОРОЙ МИРОВОЙ ВОЙНЫ: СССР, ГЕРМАНИЯ, ВЕЛИКОБРИТАНИЯ – КОМПАРАТИВНЫЙ АНАЛИЗ

А.Е. Любецкий

*Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова,
Магнитогорск,
artyoml@list.ru*

Аннотация. В статье анализируются процессы выплат пособий, пенсий, жалований военнослужащим и членам их семей в СССР, Третьем рейхе и Великобритании в годы Второй мировой войны. Автор пытается сравнить уровень денежного жалования военных, которые служили в армиях этих стран. Сравниваются также социальные пособия членам семей военнослужащих, цены на продукты питания в СССР, Германии, Великобритании. В статье также отражены основные принципы и мотивы государств, которыми руководствовались чиновники при назначении социальных выплат. Автор делает вывод, что уровень пособий и пенсий, назначаемых иждивенцам военнослужащих в СССР, Третьем рейхе и Британии, не позволял обеспечить людям минимальные стандарты жизни, многие семьи сталкивались с административными барьерами и непониманием.

Ключевые слова: Вторая мировая война, социальная политика, семьи военнослужащих, денежное довольствие, пенсии, пособия

Введение

Вторая мировая война и процессы, которые происходили во многих сферах государства в этот период времени, вызывают живой интерес у исследователей. В последнее десятилетие в исторических работах разных стран особенно часто звучит тема социально-экономических проблем периода 1939–1945 гг. В данной статье сделана попытка проанализировать и сравнить некоторые стороны финансовой политики СССР, Третьего рейха и Великобритании, которая затрагивала интересы военнослужащих и членов их семей в годы Второй мировой войны.

Во время любого вооруженного конфликта перед руководителями государств рано или поздно встает вопрос о повышении боеспособности армии. Для этого применяются различные методы и приемы. Один из приемов, который позволяет повысить боеспособность войск, – это материальное стимулирование военнослужащих и социальная защита членов их семей. Эти аспекты играли важную роль и в годы Второй мировой войны в государствах как с тоталитарными, так и с демократическими режимами. Как справедливо отмечает Гарри Гроссман¹, от морального состояния военнослужащих во многом зависит эффективность военных опе-

Любецкий Артём Евгеньевич – кандидат исторических наук, доцент кафедры Всеобщей истории Магнитогорского государственного технического университета им. Г.И. Носова. E-mail: artyoml@list.ru

¹ Grossman 1943, 217.

раций. В свою очередь, на высокий боевой дух солдата всегда влияло отсутствие переживаний за свою семью, которая на время войны оставалась без поддержки главы семейства. Этот момент хорошо осознавали как в СССР, так и в Третьем рейхе. Поэтому и та, и другая стороны принимали дополнительные меры по социальной защите и денежным выплатам военнослужащим и членам их семей.

Основными нормативно-правовыми актами, регулирующими денежные выплаты военнослужащим и членам их семей в нашей стране накануне войны, были постановление СНК СССР от 5 июня 1941 г. № 1474 «О пенсиях и пособиях лицам высшего, старшего и среднего начальствующего состава, лицам младшего начальствующего состава сверхсрочной службы, специалистам рядового состава сверхсрочной службы и их семьям»²; указ от 26 июня 1941 г. «О порядке назначений выплаты пособий семьям военнослужащих рядового и младшего начальствующего состава в военное время»³; постановление Совета Народных Комиссаров Союза ССР № 1902 от 28 июля 1941 г. «Об обеспечении добровольцев, вступивших в части войск действующей Красной Армии»⁴. В соответствии с этими нормативно-правовыми актами на местах должны были начаться денежные выплаты тем, кто был мобилизован, служил в Красной Армии и попадал в категорию «семья военнослужащего» и соответствовал условиям, которые были определены в документах. Причем в городах и селах СССР власти предпринимали шаги по максимальному оповещению людей об этих правовых нормах. О них говорили в пунктах мобилизации, в военкоматах, в государственных учреждениях, на привокзальных площадях во время отправки мужчин на фронт, чтобы военнослужащие не волновались за материально-бытовое положение семьи. Для дополнительной поддержки остро нуждающимся семьям советское государство предусмотрело единовременные выплаты.

В СССР пенсии назначались семье военнослужащего, если он погиб или пропал без вести, а пособия – по факту мобилизации человека на фронт. Советское законодательство определяло следующий круг лиц, которые имели право получать всестороннюю помощь от государства как члены семьи военнослужащего: дети (пасынки и падчерицы) до 18 лет; супруга (супруг); отец (отчим) старше 60 лет и мать (мачеха) старше 55 лет; родные братья и сестры, если родители были нетрудоспособны; родители-инвалиды первой и второй групп, независимо от возраста; бабушки и дедушки, если у них не было других родственников, которые обязаны были заботиться о них.

При назначении пенсий и пособий большое значение имело место проживания людей и зарплата, которая была до призыва. Если размер среднемесячной зарплаты не превышал 400 рублей, то размер пенсии в городах колебался от 35 до 60 % от этой суммы, а в селе от 28 до 48 %. Если размер зарплаты мобилизованного был больше 400 рублей, то расчеты производились, исходя из 400 рублей. Назначаемые пенсии в городах не могли быть ниже 50 рублей при одном нетрудоспособном; при двух нетрудоспособных – 70 рублей; при трех и более нетрудоспособных – 90 рублей. Если военнослужащий не работал до призыва, то в зависимости от числа нетрудоспособных пенсия его семье в городе назнача-

² Падерин 1997, 9.

³ Аралов 1947, 51.

⁴ Золотарев 1997, 47.

лась в размере 50–100 рублей⁵. Учащиеся дети получали пенсию до окончания образования, независимо от возраста, отличники получали пенсию независимо от выплаты им стипендий. Размер же пособий в нашей стране зависел от количества иждивенцев и составлял 100–150 рублей на семью⁶.

Возникает вопрос: много это или мало? Чтобы представить значение и размер этих денег, необходимо соотнести их с ценами на продукты питания. По данным статистики, например, на Урале стоимость 1 кг говядины в конце 1941 г. на колхозных рынках составляла 52,24 рубля, картофеля – 7,62 рублей, 1 литр молока – 12,92 рубля, десяток яиц стоил 40,49 рубля, сливочное масло – 143,98 рублей⁷. В связи с тем, что продукты питания стали дефицитными, цены на рынках росли многократно, а размер выплат не изменялся на протяжении всей войны, поэтому советским гражданам прожить исключительно на одно пособие или пенсию было невозможно.

В РККА в годы войны существовала следующая система выплат военнослужащим: в пехоте минимальный оклад (рядового стрелка первого года службы) составлял 8,5 рублей в месяц. Если же красноармейцу удавалось сделать карьеру, и он становился старшиной роты, то его оклад увеличивался до 150 рублей. Денежное довольствие офицеров было значительно выше. Начиная с 1939 г., минимальный оклад командира взвода был 625 рублей, командира роты – 750, а командир корпуса и вовсе получал 2000 рублей⁸. К этим окладам от государства полагались всевозможные надбавки в виде премий, пособий, единовременных выплат, полевых денег. Поскольку военнослужащий со стороны государства обеспечивался всем необходимым, то каждый решал самостоятельно, как потратить эти деньги. Часть заработанных средств уходила на отчисления в государственные фонды и на сборы. Многие военные отправляли деньги родителям, родственникам, оформляли на них денежные аттестаты. Это поддерживало семьи фронтовиков. Кто-то накапливал деньги на личном счету в сберкассе. Другие переводили деньги семьям погибших однополчан. Часто такие решения были коллективными.

Что касается гитлеровской Германии, то каждый военнослужащий Вермахта за несение действительной службы в военное время на основании закона от 1939 г. «О денежных компенсациях военного времени» получал необлагаемое налогами военное денежное довольствие от 77,5 до 2800 рейхсмарок (далее RM). При наличии иждивенцев военнослужащий в дополнение к денежному довольствию получал пособие на семью. Оно составляло: для фельдмаршалов – 300 RM, генерал-полковников – 270 RM, лейтенантов – 70 RM, для старших рядовых и рядовых – 35 RM. Все эти деньги перечислялись на банковский счет солдата или семьи, даже если солдат находился в плену. С этой суммы государству платился налог в зависимости от категории иждивенца. Если военнослужащий был из числа мобилизованных (не кадровый военный) и если он достиг звания рядового первого класса, то он мог попросить, чтобы его перевели в разряд профессионалов и выплачивали денежное довольствие как кадровому военнослужащему. Но в таком случае его семья лишалась государственной поддержки. Если социальная

⁵ Лысенков 2003, 51.

⁶ Удмуртская правда 13.06.1941.

⁷ Лившин, Орлов 2003, 176.

⁸ Лавров 1939, 198.

поддержка семьи со стороны государства оказывалась весомее, чем его зарплата, то он не просил о переводе его в ранг профессиональных военных. Интересно, что на советских оккупированных территориях 1 RM обменивалась на 10 рублей. Если не брать во внимание черный рынок, с которым власти Германии беспощадно боролись, то на одну рейхсмарку можно было купить 3 кг хлеба, 0,5 кг свинины⁹. В 1940 г. надбавки женам солдат Вермахта были настолько щедры, что они могли позволить себе не работать. Некоторые государственные чиновники даже предлагали уменьшить выплаты, чтобы побудить женщин трудоустроиться. Для поддержания боевого духа солдат и высокой боевой эффективности немецкое государство даже предоставляло десятидневный отпуск женам фронтовиков, когда муж приходил в отпуск, и разрешало не приходить на работу до конца отпусков мужей, если женщина обеспечивала себе замену.

В Великобритании к началу войны не сложилось четкого понимания того, каким образом и сколько будут получать иждивенцы, находящиеся на содержании военнослужащего. В 1939 г. в стране был принят закон о военной подготовке, который определил все условия службы в регулярных войсках, в том числе выплаты по случаю вступления в брак и рождения ребенка. Все остальные нюансы в вопросах помощи иждивенцам должны были решать сам военный и различные военные ведомства. Показателен тот факт, что когда министерство обороны Индии в 1941 г. принимало свои нормы о пособиях семьям военнослужащих, оно пришло к выводу, что британская система слишком сложна для ее применения в Индии. Государство учитывало совокупный доход семьи и количество денег, которые сам военнослужащий добровольно отчислял в социальные фонды (софинансирование). От размера этих отчислений зависели дальнейшие государственные социальные выплаты. Круг претендентов на пособие был достаточно обширен, как и в СССР. Пособия предоставлялись жене, детям, родителям, бабушкам и дедушкам, внукам, братьям и сестрам. Из гуманных соображений пособие могли получать и гражданская жена, и женщина, с которой военнослужащий был в браке официально, но с ней не жил. При разработке нормативных актов о пособиях чиновники руководствовались принципом равноправия жен и детей, чьи мужья либо воевали, либо трудились на предприятиях. Британские политики хотели учесть все возможные случаи, поэтому система финансовой помощи иждивенцам была сложной, запутанной, забюрократизированной. Для того чтобы выплаты семье начались, необходимо было получить согласие самого военнослужащего на вычет из зарплаты и подробную информацию о доходах семьи, чтобы выяснить степень нуждаемости в помощи. И только после долгих проверок и сбора справок деньги могли быть выданы.

Жена рядового солдата в Великобритании, как правило, получала в качестве пособия 24 шиллинга в неделю, если детей у нее не было, с одним ребенком – 29 шиллингов, с четырьмя детьми – 39 шиллингов. При этом средняя заработная плата для женщин в промышленности составляла 62 шиллинга в неделю¹⁰. Финансовое положение семьи становилось критическим, если маленького ребенка не с кем было оставить. Парламент Великобритании во время войны несколько раз

⁹ U.S. WarDepartment. 1945, http://eknigi.org/voennaja_istorija/172112-handbook-on-german-military-forces-1945.html

¹⁰ Crafts, Gazeley, Newell 2007, 69.

обсуждал тему повышения пенсий и пособий. Это привело к тому, что, например, пособия на 2-х детей с 1939 г. по 1946 г. увеличились на 65%¹¹. Однако инфляция сводила эти повышения к минимуму. Семейные пособия увеличивались и благодаря нажиму общественности, местной и национальной прессы, самих военных. В Британии жены военнослужащих зачастую выходили на митинги, требуя повысить пособия семьям. Такой картины, конечно, нельзя было увидеть в СССР или Германии. Британские чиновники пытались пристыдить женщин за непатриотичное поведение, но это практически не влияло на решительность жен в отстаивании своих интересов.

Что касается зарплаты военных, то в 1942 г. власти Британии были обеспокоены, что рядовой солдат армии США получал 10 шиллингов в день, в то время как британский солдат – 3 шиллинга в день. Американский военный контингент, находясь на британских островах, мог позволить себе купить многое. Начальная базовая зарплата военнослужащих всех видов вооруженных сил США в 1943 г. составляла 50 долларов в месяц¹². Британские власти даже призывали своих женщин «не поощрять войска любой национальности заниматься показными расходами в общественных местах»¹³. Однако призыв не был услышан, и британки по-прежнему предпочитали отдыхать в компаниях американских солдат. Ситуацию с бедностью своей семьи мог исправить сам военнослужащий. В Великобритании, как и в других государствах, военный полностью обеспечивался всем необходимым, поэтому свою зарплату он мог перечислять семье. Британский военнослужащий имел право отдавать жене или родителям до 85% от заработка. Военнослужащий в Красной Армии мог перевести семье абсолютно все заработанные деньги. Все зависело от самого фронтовика. Никаких указаний на этот счет со стороны государства не было.

Совершенно различные подходы в годы войны советское, немецкое и английское государства демонстрировали в отношении пленных, дезертировавших, погибших военнослужащих и членов их семей. В Великобритании для семей военнослужащих размер пособий был выше, чем размер пенсии. Для некоторых из них эта разница была настолько критична, что отдельные военнослужащие британской армии предпочитали остаться без вести пропавшими, выкидывая смертный медальон. В таком случае семья еще 4 недели получала пособие и деньги по аттестату по обычным ставкам. В течение последующих 13 недель пособие выплачивали в полном объеме, но получаемая сумма по аттестату уменьшалась до 2/7, а дальше пособие уменьшалось фактически до размера пенсии.

Казалось, что британцы учли все, но как только началась Вторая мировая война, у чиновников возник вопрос о том, с какой даты считать, что человек пропал без вести или умер: с момента получения сведений из военной части или с момента, когда об этом узнала его семья? Другой вопрос – что делать с деньгами тех, кто попал в плен? Возникали вопросы с выплатами и по случаю вступления женщины в повторный брак. Британские военные ведомства и казначейство по-прежнему пытались учесть все, поэтому принимали во внимание то, на каком фронте человек пропал без вести. В зависимости от этого устанавливалось количество недель,

¹¹ Hately-Broad 2002, 90.

¹² Office of War Information. Press Release. 1943, <http://www.usmm.org/wsa/rights.html>.

¹³ Hately-Broad 2002, 78.

в течение которых пособия семьям выплачивались в полном объеме. Но в итоге, ближе к окончанию войны, приняли решение, что после 52 недель с момента известия о пропаже фронтовика выплаты семьям в полном объеме необходимо было прекратить. В отношении членов семей военнопленных в Великобритании пришли к выводу, что родственники должны получать пособие в полном объеме. Кроме того, пленный офицер, который находился в Европе, мог написать на родину уведомление о том, как поступить с его жалованием. Если такого уведомления не было, то деньги направляли на благо его семьи после уплаты налогов, вычета карманных денег, расходов в лагере для военнопленных.

В советском государстве указ от 26 июня 1941 г. «О порядке назначений выплаты пособий семьям военнослужащих рядового и младшего начальствующего состава...» распространялся и на семьи солдат, пропавших без вести и находившихся в плену, но на местах чиновники тщательно рассматривали документы этой категории граждан и делали запросы в различные инстанции. Так, в Башкирии, семья красноармейца Галеекберова не получала пособие только потому, что военнослужащий пропал без вести на фронте, и жена не могла предоставить справку о его местонахождении¹⁴. Совету Народных Комиссаров СССР пришлось 4 июня 1943 г. выпускать специальное постановление, в соответствии с которым за вышеупомянутой категорией на все время войны сохранялись льготы, полагавшиеся семьям фронтовиков¹⁵.

В СССР члены семьи арестовывались, лишались всех льгот и преимуществ, если военнослужащий был осужден военным трибуналом за дезертирство, отступление без приказа, за сотрудничество с врагом¹⁶.

В гитлеровской Германии за пленным солдатом и его иждивенцами сохранялись денежные выплаты. Семья по-прежнему пользовалась бесплатным медицинским обслуживанием, правом получения денежных ссуд, скидками при оплате проезда по железной дороге и т. д. Однако если военнослужащий был осужден военным трибуналом на смертную казнь, то семье казненного фронтовика прокуратура высылала счет расходов на казнь, который семья была обязана оплатить. Каждый день пребывания в тюрьме стоил 1,50 RM, 300 RM – сама казнь и 12 пфеннигов пересылка «счета расходов».

Заключение

Таким образом, мы можем сделать вывод, что финансовая политика анализируемых государств, направленная на военнослужащих и членов их семей, имела как общие, так и отличительные черты. Во всех странах в финансовых вопросах дифференцированно подходили к офицерскому и рядовому составу. Рядовые и члены их семей не могли быть отнесены к обеспеченной категории граждан, в то время как денежное довольствие офицерского состава позволяло им поддерживать жизнь своей семьи на хорошем уровне. Другое дело, что размеры денежных переводов по аттестатам ни одним государством не регламентировались, и все зависело от желания самого офицера. У всех военных руководителей госу-

¹⁴ ЦГАООРБ.Ф. 122. Оп. 22. Д. 126. Л. 18.

¹⁵ ГАРФ.Ф. А-415. Оп. 1. Д. 41. Л. 137.

¹⁶ ГАРФ.Ф. А-415. Оп. 1. Д. 85. Л. 90–93.

дарств было четкое понимание необходимости обеспечения семей военнослужащих, однако экономическая ситуация в стране не позволяла платить повышенные пенсии и пособия гражданам. В Великобритании попытка дифференцированно и индивидуально решить вопрос финансовых выплат семьям на практике оборачивалась бюрократизацией, а для людей – лишениями. На это влияло сложное законодательство страны, различные подходы морского, воздушного, сухопутного военных ведомств к выплате пенсий, боязнь чиновников переплатить деньги. В Великобритании и Германии семьи военнослужащих не выделялись в особую категорию снабжения, в то время как в СССР был противоположный подход. В Советском государстве пытались поднять жизненный уровень семей если не деньгами, то дополнительными льготами и снабжением продуктами питания, промышленными товарами. Конечно, размеры пособий и пенсий не позволяли обеспечить минимальные потребности людей ни в СССР, ни в Великобритании, но если учесть, что за 4 года войны в нашей стране на фронт мобилизовали более 29 миллионов человек, а экономические потери были гораздо выше, то система социальных выплат в СССР показала свою жизнеспособность. В нацистской Германии в начале войны государственные выплаты позволяли военнослужащим и большинству семей не искать дополнительные источники существования, но по мере возникновения проблем в экономике Германии их материальное положение становилось все хуже. Также стоит помнить, что в Третьем рейхе существовала особая государственная семейная политика, смешанная с расовыми предрассудками и другими негуманными явлениями.

ЛИТЕРАТУРА

- Аралов, В.А. (ред.) 1947: *Сборник материалов по государственному обеспечению инвалидов войны и семей военнослужащих*. М.
- Золотарев, В.А. (ред.) 1997: *Великая Отечественная: Приказы народного комиссара обороны СССР. 22 июня 1941 г.–1942 г.* Т. 13. М.
- Лавров, А. 1939: *18 съезд Всесоюзной коммунистической партии 10–21 марта*. М.
- Лившин, А.Я., Орлов, И.Б. (сост.) 2003: *Советская повседневность и массовое сознание 1939–1945*. М.
- Лысенков, С.Г. 2003: Механизм государственного обеспечения семей военнослужащих в период Великой Отечественной войны 1941–1945 гг.: организационно-правовые аспекты. *История государства и права* 6, 48–51.
- Падерин, А.А. 1997: Государство на страже своих защитников. Льготы. Гарантии. Пособия. *Военно-исторический журнал* 5, 6–10.
- Crafts, N., Gazeley, I., Newell, A. 2007: *Work and pay in twentieth-century Britain*. New York.
- Grossman, H. 1943: Administration of Family Allowances for Men in Military Service. *Cornell Law Rev* 29, 217–232.
- Hately-Broad, B. 2002: *Prisoner of War Families and the British government during the second World War*: PhD dissertation. Sheffield University.

REFERENCES

- Aralov, V.A. (red.) 1947: *Sbornik materialov po gosudarstvennomu obespecheniju invalidov vojny I semej voennosluzhashhih*. Moscow.

- Crafts, N., Gazeley, I., Newell, A. 2007: *Work and pay in twentieth-century Britain*. New York.
- Grossman, H. 1943: Administration of Family Allowances for Men in Military Service. *Cornell Law Rev* 29, 217–232.
- Hately-Broad, B. 2002: *Prisoner of War Families and the British government during the second World War*: PhD dissertation. Sheffield University.
- Lavrov, A. 1939: *18 sezd Vsesojuznoj kommunisticheskoj partii 10–21 marta*. Moscow.
- Livshin, A. Ja., Orlov, I.B. (sost.) 2003: *Sovetskaja povsednevnost' i massovoe soznanie 1939–1945*. Moscow.
- Lysenkov, S.G. 2003: Mehanizm gosudarstvennogo obespechenija semej voennosluzhashhih v period Velikoj Otechestvennoj vojny 1941–1945 gg.: organizacionno-pravovye aspekty. *Istorija gosudarstva i prava* 6, 48–51.
- Paderin, A.A. 1997: Gosudarstvo na strazhe svoih zashhitnikov. L'goty. Garantii. Posobija. *Voenno-istoricheskij zhurnal* 5, 6–10.
- Zolotarev, V.A. (red.) 1997: *Velikaja Otechestvennaja: Prikazy narodnogo komissara oborony SSSR. 22 ijunja 1941 g.–1942 g.* T. 13. Moscow.

THE STATE AND THE FAMILIES OF SOLDIERS DURING THE SECOND WORLD WAR: THE USSR, GERMANY, GREAT BRITAIN – COMPARATIVE ANALYSIS

Artem E. Lubeckiy

Nosov Magnitogorsk State Technical University, Russia,
artyoml@list.ru

Abstract. The author analyzes the payment processes of pensions, salaries and social benefits to soldiers and their families in the USSR, Third Reich and Great Britain during World War II. The author tries to compare payments to soldiers who served in the armies of those countries. Moreover the author compares and analyzes social benefits provided to families of military personnel and food prices in the USSR, Germany and Great Britain. The article also shows the regulation system of paying social benefits. The author concludes that the average amount of social benefits was not high enough to ensure an adequate standard of living, besides a lot of families faced misunderstanding and administrative barriers.

Key words: World War II, social policy, military personnel families, monetary allowances, pensions, social benefits



КОНФЛИКТНЫЕ ЗОНЫ ЭВАКУАЦИИ В СССР И СПОСОБЫ ИХ ПРЕОДОЛЕНИЯ (1941–1945 гг.)

М.Н. Потемкина

*Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова,
Магнитогорск,
mpotemkina@mail.ru*

Аннотация. Статья посвящена исследованию одного из аспектов эвакуации населения в СССР в годы Великой Отечественной войны и его пребывания в советском тылу. На основе архивных материалов и источников личного происхождения рассмотрены причины и объекты конфликтов между эвакуированными и властью, между эвакуированными и коренными жителями тыловых регионов страны. Показано, что основными объектами конфликтов стали: запретительные меры на эвакуацию и реэвакуацию, жилищные проблемы, разница в уровне доходов, социальные, национальные различия, стереотипы взаимовосприятия. Прослежены способы преодоления конфликтов: административные, репрессивные, вербальные. Сделан вывод о том, что масштабная эвакуация населения, осуществлённая в экстремальных условиях войны, привела к усилению конфликтности в прифронтовой зоне и в советском тылу, но поиск путей разрешения конфликтов заставлял власть перестраиваться, а людей – учиться межличностному диалогу.

Ключевые слова: Великая Отечественная война, конфликт, эвакуация, протестные практики, межличностный диалог

Введение

Великая Отечественная война сопровождалась в СССР массовыми потоками миграции, основной формой которой стала эвакуация, вынужденное перемещение людей из зоны, оказавшейся под угрозой оккупации, в регионы советского тыла с целью безопасности.

В эвакуационном процессе сочетались элементы организованности и стихийности. Эвакуация не была подготовлена, но необходимость ее уже в первые дни войны стала очевидной и диктовалась следующими причинами: скоростью продвижения противника по территории СССР, оккупационной политикой на захваченных территориях, направленной на массовое физическое уничтожение населения.

Многогранный исторический опыт массового перемещения людей и их вживания в социум на новых местах жительства в условиях ведения государством тотальной мировой войны является и сегодня актуальной темой для исследователей.

Потемкина Марина Николаевна – доктор исторических наук, профессор, заведующая кафедрой Всеобщей истории Магнитогорского государственного технического университета им. Г.И. Носова.
E-mail: mpotemkina@mail.ru

Сопровождающие жизнь человека повсеместно конфликтные ситуации имеют тенденцию проявляться в более жестких формах в экстремальных условиях военного времени. Конфликт есть качество взаимодействия между людьми (или элементами внутренней структуры личности), выражающееся в противоборстве сторон ради достижения определенных целей¹. Объектами конфликтов могут быть материальные и духовные ценности, по поводу которых возникает столкновение интересов противоборствующих сторон. Поскольку эвакуация – это дополнительный стресс, наложившийся на экстремальные условия военного времени, то конфликты проявлялись чаще, острее, а поведение людей становилось все более непредсказуемым.

Если классифицировать конфликты по участникам, то применительно к эвакуации можно выделить следующие типы: вертикальные конфликты (эвакуированные – власть); горизонтальные конфликты (эвакуированные – местные жители).

Факторы, вызывавшие конфликты, были весьма разнообразны. Уже в процессе самой эвакуации возникали конфликтные ситуации с представителями властных структур, обусловленные недостатком или искажением информации, запретом на эвакуацию для отдельных категорий населения, отказом в помощи эвакуироваться. Иногда эвакуация принимала форму панического бегства, провоцирующего межличностные конфликты.

По прибытии на новые места жительства люди сталкивались с настороженностью местных жителей. «Местное население относилось к приезжим настороженно и называло их упрощенно-презрительно “выковыренные”», – вспоминает Анатолий Брискер². Бинарную оппозицию «свой – чужой» можно выделить практически в любую эпоху в любой стране. В мифологическом пространстве существуют сакральный центр и потенциально враждебная периферия – это универсальный психофизический механизм³. Такая мифологизация общества возрастает в периоды войн и других бедствий, поскольку играет роль своеобразной компенсации за тяжелые условия существования.

Материально-бытовые трудности, которые испытывали эвакуированные на местах нового проживания, не только отражались на здоровье людей, но и влияли на их психологическое состояние и поведение. Отсутствие самых необходимых вещей, конфликты с домовладельцами, непривычные климатические условия, неприспособленность многих эвакуированных горожан, попавших в сельскую местность, к специфическим условиям деревенской жизни – все это служило почвой для конфликтов. Кроме того, катализаторами конфликтов становились социальные и национальные различия, уровень общей культуры, личностные черты конкретных людей и т. д.

В конце войны причиной конфликтов эвакуированных с властью стали запретительные меры на реэвакуацию для ряда категорий населения, а также ошибки руководства страны в конверсионной политике.

Типы конфликтов с участием эвакуантов формировались в зависимости от конкретных хронологических отрезков военного времени: процесс эвакуации, проживание в тыловых регионах, реэвакуация.

¹ Анцупов, Шипилов 2001, 61.

² Брискер 2009, 50.

³ Квакин 2001, 102–108.

Конфликтные зоны между властью и эвакуированными были связаны с прямыми запретами, неоказанием помощи или несправедливыми (с точки зрения народной морали) привилегиями в процессе эвакуации людей, оказавшихся в опасности; потерей права на жилище; репрессивными мерами за распространение информации, идущей вразрез с официальной; запретительными мерами на реэвакуацию отдельных категорий населения.

Процесс перемещения из прифронтовой зоны в тыловые регионы СССР промышленного оборудования, культурных ценностей и населения начался с первых дней войны. Уже 24 июня 1941 г. постановлением ЦК ВКП(б) и СНК СССР был создан Совет по эвакуации. Вскоре был принят ряд документов, регламентирующих этот процесс.

Предметом конфликтов между властью и людьми на этом этапе стала сама возможность эвакуации людей, оказавшихся в прифронтовой зоне. В принятых руководством страны документах, регламентирующих порядок эвакуации, совершенно четко прослеживались главные задачи организации перемещения людей: спасение человеческих жизней и обеспечение рабочей силой оборонных предприятий страны. Организовано вывозились коллективы промышленных предприятий, учреждений, семьи номенклатурных работников, семьи высшего командного состава Красной Армии, столичная научная и творческая интеллигенция, дети с детскими домами и детскими учреждениями. Преференции были созданы для работников промышленных предприятий (прежде всего оборонного значения) и для работников номенклатурных должностей и их семей, что было оформлено секретными постановлениями ЦК партии и Президиума Верховного Совета СССР. Никаких указаний касательно национального признака в документах об эвакуации не содержалось.

Остальные категории населения прифронтовой зоны, оказавшись предоставленными самим себе, вынуждены были самостоятельно принимать решение об отъезде и организовывать его. На некоторых территориях власти не информировали граждан об опасности, на других официально запрещали самостоятельную эвакуацию под угрозой уголовного преследования. Эскалации конфликтов среди населения в прифронтовой зоне способствовали безвластие, паника, отсутствие объективной информации, нехватка транспортных средств и т.д.

Уезжая в эвакуацию, люди оставляли дома и квартиры, надеясь, что вскоре вернуться. Бытовая неустроенность на новых местах проживания подогревала эту надежду. Но постановление СНК СССР от 16 февраля 1942 г. узаконило изъятие жилой площади местных советов и предприятий, занимавшейся ранее рабочими и служащими, эвакуированными на восток. Оставленное в квартирах имущество могло быть возвращено хозяевам, передано родственникам, продано через комиссионные магазины. Постановление не распространялось на частный жилой сектор. Некоторые исключения были сделаны также для жителей столичных городов – Москвы и Ленинграда⁴.

Таким способом власти хотели закрепить людей на новых местах работы и создать возможность использовать пустовавшие квартиры. Ведь из-за связанных с войной разрушений в освобожденных и прифронтовых районах резко сократился

⁴ РГАСПИ. Ф. 17. Оп. 88. Д. 137. Л. 68, 70.

жилой фонд. Реализация постановления лишала эвакуированных возможности в будущем вернуться на прежнее место жительства и вызвала бурное недовольство. Протестные практики проявились в написании жалоб, в попытках самовольной реэвакуации, отказах от выхода на работу.

Тезисы о беспощадной борьбе со всякими дезорганизаторами тыла, дезертирами, паникерами, распространителями слухов⁵ неоднократно звучали из уст первых лиц государства уже с первых дней войны. 6 июля 1941 г. эти положения были законодательно подкреплены Указом Президиума Верховного Совета СССР «Об ответственности за распространение в военное время ложных слухов, возбуждающих тревогу среди населения». В соответствии с этим документом виновные должны были осуждаться военным трибуналом и наказываться тюремным заключением на срок от 2-х до 5-ти лет⁶. Было возможно и более строгое наказание, если власть считала, что содержание слухов включало в себя «высказывания контрреволюционного характера»: в этих случаях виновные привлекались к ответственности по статьям УК о контрреволюционных преступлениях. Эвакуированные чаще других, в силу большей информированности, попадали под пресс репрессий. Шедшие вразрез с официальной информацией рассказы эвакуированных власть расценивала как «антисоветские слухи». Так, гражданка Гросс, эвакуированная из Цехановиц в Татарстан, рассказывала, что население западных областей СССР «было настроено против Советской власти», а «германские самолеты сбрасывали <...> шоколад и конфеты»⁷.

В апреле 1943 г. в г. Нижний Тагил Свердловской области к 8-ми годам исправительно-трудовых работ был приговорен эвакуированный М.С. Василенко. В вину ему вменялись высказывания о «лучшем вооружении и дисциплине в немецкой армии по сравнению с советской»⁸. Впоследствии Василенко был реабилитирован.

Многочисленные конфликты на территории советского тыла возникали между местными жителями и прибывшими в эвакуацию людьми. Какие же жизненные блага становились предметом конфликтов? Во-первых, жилье. Прибывшие в эвакуацию чаще всего расселялись путем уплотнения в дома и квартиры местных жителей. Проверка, проведенная в Воткинске зимой 1941–1942 гг., показала, что около 60% семей эвакуированных, размещенных в частных домах, находились в недружелюбных отношениях с хозяевами⁹. Сохранились источники, донесшие до нас многочисленные факты незаконного выселения из квартир и взимания непомерно высокой квартплаты с эвакуированных¹⁰.

Поводом для конфликтов также стал уровень заработной платы. При разработке нормативных документов, регламентирующих эвакуацию населения, работники эвакуированных предприятий были выделены в отдельную категорию¹¹. На время эвакуации и до пуска производства на новом месте за рабочими полностью сохранялась заработная плата, оплачивалась стоимость проезда и провоза

⁵ Сталин 1950, 26.

⁶ ГКО постановляет, 17.

⁷ Кабирова 2011, 353.

⁸ ГААОСО. Ф. 1. Оп. 2. Д. 38546. Л. 3, 4, 13, 63.

⁹ ЦГА УР. Ф. Р-755. Оп. 1. Д. 7. Л. 197.

¹⁰ ГАОО. Ф. 1014. Оп. 2. Д. 262. Л. 11.

¹¹ ГАРФ. Ф. 259 сч. Оп. 40. Д. 3022. Л. 36.

багажа, суточные и «подъемные». Дополнительные льготы предусматривались для столичных жителей¹². В результате на ряде промышленных предприятий работники, имеющие одну и ту же квалификацию, выполняющие одну и ту же работу, получали разную заработную плату. Это, естественно, вызывало недовольство местных рабочих и приводило к конфликтам и расколу трудовых коллективов на «коренных» и «эвакуированных»¹³. Попытки уравнивания зарплат нередко усиливали антагонизм, поскольку некоторые кадровые рабочие ведущих столичных предприятий воспринимали эвакуацию как понижение в должности и лишение их законного права на справедливую зарплату¹⁴.

В обстановке тяжелой борьбы за выживание и постоянного стресса поводами для конфликтов становились национальная принадлежность, столичная прописка, социальный статус. Наплыв эвакуированных в тыловые города имел своим следствием ухудшение санитарно-эпидемиологической обстановки, жилищный кризис, рост цен на колхозных рынках и т. д. Массовое сознание коренных жителей зачастую связывало все эти трудности с приездом «чужаков» («понаприехали тут...») и обрушивало на них волну негодования. Неприязнь была особенно заметна в сельской местности. Дети войны вспоминают: «*москвич* было бранным словом, *москвич сраный*...», «они нас очень не любили... черт вас принес...», «главное, что я запомнил, что меня страшно били каждый день по дороге из школы», «председатель колхоза посмотрел на нас с мамой и сказал: а на что они нам, они же пахать не могут...»¹⁵. Эскалации конфликтов способствовало ухудшение обстановки на фронтах. «По Ташкенту ползли разговоры, что необходимо учить английский язык <...> В случае поражения, что будет в Узбекистане? Все говорят, что «начнется резня». Резать будут узбеки, резать будут русских и евреев <...> Разговоры о еврейских погромах звучали постоянно»¹⁶.

Иллюзорные представления друг о друге выстраивали стену неприязни и непонимания уже в момент приезда беженцев в города и села глубокого тыла. Нередко прибывшие считали себя людьми более высокого уровня культуры, а местное население безграмотным, злым, недоброжелательным и политически неблагонадежным¹⁷.

Освобождение западной части страны от оккупации и последовавшая победа советского народа в Великой Отечественной войне позволили начать реэвакуационный процесс. Абсолютное большинство вынужденных мигрантов воспринимали свое пребывание в эвакуации как временное и, получив возможность выезда, старались воспользоваться ею. Власть на законодательном и организационном уровнях регулировала реэвакуационный процесс. Запреты диктовались интересами государственной обороны, максимально возможным объемом транспортных перевозок, состоянием вокзалов, железнодорожных станций, жилого фонда в освобожденных районах страны¹⁸.

¹² РГАЭ. Ф4372. Д. 302. Л. 1–4.

¹³ Летопись Челябинского тракторного (1929–1945) 1972, 231.

¹⁴ Потемкина 2012, 498–505.

¹⁵ Эвакуация [Видеозапись] Документальный 2005.

¹⁶ Громова 2002, 162–163.

¹⁷ Хейфе 2009, 133.

¹⁸ Москва военная. 1941–1945: Мемуары и архивные документы. 1995, 381.

Некоторые эвакуированные, не получившие официального разрешения на выезд, пытались защитить свои права с помощью как пассивных (жалобы), так и активных протестных практик. Жалобы чаще всего оформлялись в виде коллективных писем, адресованных на имя Сталина или в Приемную Президиума Верховного Совета СССР¹⁹. Люди в качестве доводов приводили, прежде всего, свое желание воссоединиться с родными и близкими, оставшимися в западных областях СССР. Тем более, что их семьи не получали помощи и льгот от государства, так как не являлись семьями военнослужащих. Одним из аргументов было и то, что на местах прежнего местожительства остались квартиры, имущество, а в эвакуации, как правило, условия жизни были гораздо хуже²⁰. Активными формами протеста были сознательные нарушения трудовой дисциплины, невозвращения работников из командировок, дезертирство рабочих и служащих с предприятий и учреждений²¹.

Какие факторы позволяли переводить конфликты в конструктивное русло? Во-первых, война была общим горем, необходимость спасения Отечества объединяла людей. Во-вторых, огромные физические и умственные нагрузки не оставляли времени задуматься над своим психическим состоянием. Уже не шла речь о качестве жизни, главной ценностью становилась сама жизнь²². В-третьих, особенностью менталитета россиян всегда были общинность и коллективизм, а в годы советской власти они культивировались на уровне официальной идеологии. «Чувство локтя» помогало людям преодолевать невзгоды. В условиях военного лихолетья усилилось ощущение национальной²³ и профессиональной идентичности. Постепенное узнавание друг друга местных и эвакуированных ломало стереотипы и учило толерантности. Интересно, что дети, попав в незнакомую среду, легче адаптировались и тем самым помогали взрослым выйти из зоны конфликта²⁴. Война научила власть идти на уступки и действовать не только насильственно-репрессивными методами, но и использовать инструменты социальной помощи наименее защищенным слоям населения.

Заключение

Массовая эвакуация населения, осуществленная в СССР в годы Великой Отечественной войны, с одной стороны, усилила степень конфликтности в прифронтовой зоне и в советском тылу, с другой стороны, возникавшие противоречия заставили власть перестраиваться, а людей – учиться межличностному диалогу. В целом духовное единство удалось сохранить, поскольку эвакуированных и местных жителей объединяла общая национальная идея: «Все для фронта, все для победы!»

¹⁹ ОГАЧО. ПФ. 288. Оп. 9. Д. 146. Л. 44, 53, 21–24.

²⁰ ПГАНИ. Ф. 105. Оп. 11. Д. 168. Л. 16.

²¹ ОГАЧО. ПФ. 288. Оп. 9. Д. 146. Л. 84.

²² Громова 2002, 129.

²³ Кижнер 2009, 80.

²⁴ Эвакуация [Видеозапись] Документальный 2005.

ЛИТЕРАТУРА

- Анцупов, А.Я. 2001: *Шипилов А.И. Конфликтология*. М.
- Брискер, А. 2009: *Из Советского Союза через Россию в Соединенные Штаты (фрагменты жизни)*. СПб.
- ГКО постановляет... *Военно-исторический журнал* 3, 10–18.
- Громова, Н.А. 2002: *Все в чужое глядят окно*. М.
- Кабирова, А.Ш. 2011: *Война и общество: Татарстан в 1941–1945 гг.* Казань.
- Кантор, Л.Я. 2009: «Эвакуировала» свою семью. В кн.: *Эвакуация. Воспоминания о детстве, опаленном огнем катастрофы. СССР. 1941–1945*. Иерусалим.
- Квакин, А.В. 2001: Архетип, ментальность и оппозиция «свой – чужой» в контексте истории. В сб.: *«Наши» и «чужие» в российском историческом сознании: Материалы научной конференции, 24–25 мая 2001 г.* СПб.
- Кижнер, Х. 2009: Мы назывались «гонщиками». В кн.: *Эвакуация. Воспоминания о детстве, опаленном огнем катастрофы. СССР. 1941–1945*. Иерусалим.
- Летопись Челябинского тракторного (1929–1945)*. 1972. М.
- Москва военная. 1941–1945: Мемуары и архивные документы*. 1995. М.
- Потемкина, М.Н. 2012: Зарплата и социальная справедливость в условиях мобилизационной модели (1941–1945 гг.). В сб.: Г.А. Гончаров, С.А. Баканов (ред.), *Мобилизационная модель экономики: исторический опыт России XX века*. Челябинск.
- Сталин, И.В. 1950: *О Великой Отечественной войне Советского союза*. М.
- Хейфе, М.Я. 2009: Тогда не понимал всей тяжести ситуации. В кн.: *Эвакуация. Воспоминания о детстве, опаленном огнем катастрофы. СССР. 1941–1945*. Иерусалим.

REFERENCES

- Ancupov, A.Ya. 2001: *Shipilov A.I. Konfliktologiya*. Moscow.
- Brisker, A. 2009: *Iz Sovetskogo Soyuzu cherez Rossiyu v Soedinennye SHtaty (fragmentsy zhizni)*. Saint-Peterburg.
- GKO postanovlyayet... *Voenno-istoricheskij zhurnal* 3, 10–18.
- Gromova, N.A. 2002: *Vse v chuzhoe glyadyat okno*. Moscow.
- Hejfe, M.Ya. 2009: Togda ne ponimal vsej tyazhesti situacii. In: *Evakuaciya. Vospominaniya o detstve, opalyonnom ognym katastrofy. SSSR. 1941–1945*. Ierusalim.
- Kabirova, A.Sh. 2011: *Vojna i obshchestvo: Tatarstan v 1941–1945gg.* Kazan'.
- Kantor, L.Ya. 2009: «Evakuirovala» svoju sem'yu. In: *Evakuaciya. Vospominaniya o detstve, opalyonnom ognym katastrofy. SSSR. 1941–1945*. Ierusalim.
- Kizhner, H. 2009: My nazyvalis' «gonshchikami». In: *Evakuaciya. Vospominaniya o detstve, opalennom ognym katastrofy. SSSR. 1941–1945*. Ierusalim.
- Kvakin, A.V. 2001: Arhetip, mental'nost' i oppoziciya «svoj chuzhoj» v kontekste istorii. In: *«Nashi» i «chuzhie» v rossijskom istoricheskom soznanii: Materialy nauchnoj konferencii, 24–25 maya 2001 g.* Saint-Peterburg.
- Letopis' Chelyabinskogo traktornogo (1929–1945)*. 1972. Moscow.
- Moskva voennaya. 1941–1945: Memuary i arhivnye dokumenty 1995*. Moscow.
- Potemkina, M.N. 2012: Zarplata i social'naya spravedlivost' v usloviyah mobilizacionnoj modeli (1941–1945 gg.). In: G.A. Goncharova, S.A. Bakanova (red.), *Mobilizacionnaya model' ehkonomiki: istoricheskij opyt Rossii XX veka*. Chelyabinck.
- Stalin, I.V. 1950: *O Velikoj Otechestvennoj vojne Sovetskogo soyuza*. Moscow.

CONFLICT ZONES OF EVACUATION TO THE USSR AND WAYS OF THEIR
OVERCOMING (1941–1945)

Marina N. Potemkina

*Magnitogorsk State Technical University, Magnitogorsk, Russia,
mpotemkina@mail.ru*

Abstract. The article is devoted to the studying of one of the aspects of the USSR population evacuation process during The Great Patriotic War and people staying in the Soviet rear. On the basis of archival materials and memoirs the author researches the main reasons and objects of conflicts between evacuees and authorities, between evacuees and local inhabitants of rear regions of the country. The author shows that the main objects of conflicts were: prohibitive measures on evacuation and re-evacuation, housing difficulties, income disparities, social and national differences and stereotypes of mutual understanding. The author finds out that there were administrative, repressive and verbal ways of overcoming conflicts. The author concludes that the large-scale evacuation, which was carried out in extreme conditions of war, increased tension in the Soviet Rear and frontline areas, but the ways of conflict resolution made the authorities change their policy and made people learn to live together.

Key words: Great Patriotic War, conflict, evacuation, prohibitive measures, interpersonal



ФОРМИРОВАНИЕ СТЕРЕОТИПА ПРОТИВНИКА В СССР 1930–1940-Х ГГ. ПРИ ОЦЕНКЕ СОБЫТИЙ ПЕРВОЙ МИРОВОЙ ВОЙНЫ

О.Ю. Стародубова

*Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова,
Магнитогорск,
starodubova_olesya@mail.ru*

Аннотация. Тотальные военные конфликты XX столетия между Россией и Германией актуализировали негативное восприятие двух государств и аккумулировали особую форму оценки друг друга – «образ врага». Сложная внешнеполитическая обстановка межвоенных и военных лет поставила перед советской пропагандой цель – в кратчайшие сроки сформировать адекватный современным реалиям образ противника.

В 1930–1940-е годы для достижения данной цели пропагандистские инстанции обратились к историческому примеру русско-германского противостояния – Первой мировой войне. На процесс создания образа врага оказали влияние дипломатические коллизии 1930–1940-х гг., сжатые сроки, массовость объекта распространения (население СССР), социально-исторический и индивидуальный опыт. В 1930-е годы образ врага формировался под влиянием господствовавшей в СССР концепции пролетарского интернационализма. Обращение к военному конфликту 1914–1918 гг. демонстрировало зарождение в германской армии революционных идей и ненависти к империалистической власти. Главным ориентиром для пропагандистских инстанций стала коммуникативная историческая память, подразумевающая непосредственный коллективный и личный опыт общения с немецкой армией в 1914–1918 гг.

Быстро меняющаяся внешнеполитическая ситуация расставляла свои акценты в изображении врага. Вторжение германских войск на территорию Советского государства актуализировало Первое мировое противостояние и внесло собственные коррективы в образ врага, актуализировало исторические факты негуманного отношения немцев к русским солдатам и военнопленным в Первую мировую войну. Конкретные примеры зверств и ассоциативные модели были нацелены на достижение пропагандистского эффекта и формировали у советского человека эмоциональную враждебность и неприятие фашистов. Победы советской армии сняли необходимость широкой пропаганды образа врага-немца периода Первой мировой войны, но при помощи произведений мемуарной и художественной литературы содействовали его закреплению в исторической памяти.

Ключевые слова: образ врага, советская пропаганда, Первая мировая война, Брусиловский прорыв, историческая память, коммуникативная память, ассоциативные модели, массовое сознание

Стародубова Олеся Юрьевна – кандидат исторических наук, доцент кафедры Всеобщей истории Магнитогорского государственного технического университета им. Г.И. Носова. E-mail: starodubova_olesya@mail.ru

Введение

Тотальные военные конфликты XX столетия между Россией и Германией актуализировали негативное восприятие социумов двух государств и аккумулировали идеолого-психологический стереотип – «образ врага». Сложная внешне-политическая обстановка межвоенных и военных лет поставила перед советской пропагандой цель – в кратчайшие сроки сформировать адекватный новым реалиям образ противника.

Изучение процесса формирования «образа врага» российскими исследователями имеет давнюю традицию. С 1994 г. в Институте российской истории РАН проходит ежегодный круглый стол «Россия и мир: проблемы взаимовосприятия», на котором решаются вопросы исторического опыта взаимодействия государств, особенностей формирования образа врага в общественном сознании под воздействием пропаганды и повседневных практик. Созданию внешнеполитических стереотипов в сознании советского общества посвящена монография ученых Института российской истории РАН¹. Проблема конструирования образа врага исследуется в трудах Е.С. Сениявской², А.В. Фатеева³, Н.В. Черновой⁴ и др. Вопросы межкультурной коммуникации поднимаются в коллективной монографии российских и германских ученых «Публицистический арсенал общественных движений России и Германии»⁵. Результаты воздействия пропаганды на процесс восприятия русских и немцев во время Первой мировой войны являются предметом анализа в работах А.Г. Дорожкина⁶ и др.

Неотъемлемым условием складывания и сосуществования человеческих общностей является социально-психологическая оппозиция «мы» и «они», которая влияет на формирование их идентичности. В периоды социально-политических кризисов, характеризующихся наличием негативного отношения к категории «они», в рамках данной оппозиции возникает противопоставление «свой» – «чужой». Как результат их взаимодействия во время военных конфликтов появляется сложная идеолого-психологическая конструкция – «образ врага». Процесс ее формирования начинается под влиянием информационно-пропагандистской работы.

Внешнеполитическая обстановка 1930-х гг. потребовала от советской власти смены ориентиров в изображении внешнего врага. Мощным средством воздействия на массовое сознание стала советская пропаганда, главной целью которой была психологическая мобилизация населения СССР на случай грядущей войны. Нарастающая военная опасность со стороны фашистской Германии вызвала необходимость обращения советской пропаганды к опыту недавнего русско-германского противостояния – Первой мировой войне.

Для создания образа врага пропагандистам СССР пришлось обратиться к коммуникативной исторической памяти, подразумевающей непосредственный коллективный и личный опыт общения с немецкой армией в 1914–1918 гг.

¹ Голубев 1998.

² Сениявская 2006, 3–5.

³ Фатеев 1999.

⁴ Чернова 2004, 314–331.

⁵ Шулежкова (ред.) 2015.

⁶ Дорожкин 2004, 91–110.

С началом Первой мировой войны официальная российская пресса проводила психологическую обработку населения в антигерманском духе. Причиной вступления России в войну была объявлена необходимость защиты славянства от германской агрессии. Война преподносилась как социально-политический конфликт, имеющий важное нравственное значение для народа. В качестве эффективного средства распространения образа врага использовалась периодическая печать. Она закладывала в сознание народа образ врага, способный вызвать ненависть и готовность отстаивать интересы государства. Этому были посвящены не только газетные публикации, но и отдельные книги и брошюры, способствующие «правильному» отражению хода военных действий. Такие издания были ориентированы на принижение врага. Убедительнее всего эту роль выполняла лубочная литература, осуществлявшая задачу популяризации войны в общественном сознании⁷. В ее произведениях немцам приписывались пьянство, воровство, мародёрство. Однако, несмотря на старания пропаганды, образ врага в сознании советских участников противостояния менялся в ходе военных действий. На фронте и в тылу росли страх и уверенность в непобедимости германской армии. Очевидное превосходство противника все чаще вызывало панические настроения. Военные донесения изобиловали примерами паники перед встречей с противником, бегства с поля боя. Так, в феврале 1915 г. начальнику штаба Верховного главнокомандующего генералу Н.Н. Янушкевичу сообщалось: «Когда же на станции появилась неприятельская кавалерия, которой, по показаниям присутствовавших, было всего два эскадрона, и они, спешившись, открыли огонь, то в рядах 56 пехотной дивизии поднялась неопишуемая паника. Имеются указания, что первыми бежали офицеры, за ними бросились и солдаты, часть из них разбежалась по окрестным полям, другая же без всякого сопротивления сдалась»⁸.

О наличии в российском обществе страха перед мощью немецкой армии поведал общественный деятель Л.А. Тихомиров: «В головы народа проникло тяжкое мнение, что мы не способны разбить немцев. Это подавляющее чувство может быть уничтожено только победами над немцами <...> Но замечательно, что где нам приходится иметь дело с немцами – победа не дается <...> Иначе, пока не разрушен страх перед немцами, немисливо вести серьезную войну»⁹.

После череды тяжелых военных поражений 1915 г. русская армия была отеснена противником вглубь своей территории. В тылу росли недовольство и паника. Поражение русских войск стало причиной разочарования общества в деятельности государственной власти. Ходили слухи об измене министров и предательстве генералитета. С 1916 г. на русско-германском фронте участились случаи братания солдат. Сравнение себя с противником, тяготы фронтовой жизни, усталость от войны вызывали сочувствие к вражеским солдатам. Созданный во время тотального военного конфликта пропагандистский образ врага при непосредственных контактах с противником трансформировался в сознании русских солдат в образ врага-человека. Убеждениям, сложившимся под влиянием пропаганды, был противопоставлен жизненный опыт.

⁷ Купцова 2004, 55.

⁸ Гончаров 1925, 5.

⁹ Репникова 2008, 231–234.

В 1930-е гг. перед советской пропагандой стояла задача сформировать образ героя-антифашиста, поэтому образ врага создавался согласно культивируемому в СССР принципу пролетарского интернационализма и при помощи коминтерновского мифа о полной непопулярности и неприятии фашистского режима большинством населения Германии. В данном контексте исторические примеры восприятия врага-немца в годы Первой мировой войны служили яркой иллюстрацией зарождения интернациональных идей в немецкой армии.

Для тиражирования образа врага периода Первой мировой войны пропагандой были привлечены разнообразные вербальные и визуальные средства (периодическая печать, мемуары, театр, карикатуры), среди которых особое место отводилось художественной литературе. В отличие от других средств, она воспроизводит реальную действительность посредством художественных образов, которые в определенных условиях становятся «историческим фактом» и прочнее запечатлеваются в памяти. К тому же, в рассматриваемый период над художественной литературой был установлен жесткий политический контроль. Писатели должны были создавать востребованные образы в строгих рамках социалистического реализма.

События Первой мировой войны в 1930-е гг. в своих романах освещали писатели, ее бывшие участники и современники: В. Арамилев, В.В. Вишневский, А. Вронский, Т. Дубинская, А. Зуев, Л. Кацов, А.Г. Лебеденко, А.К. Левин, И. Макаров, Д. Оськин, С.Е. Розенфельд, С.Н. Сергеев-Ценский, Ю.Л. Слезкин, Л. Соболев, Н. Тихонов. Главными ориентирами для создания художественных произведений служили заданный властью вектор в трактовке событий 1914–1918 гг., личные воспоминания авторов, армейская документация и газетные материалы периода Первой мировой войны.

Писатели с уважением констатировали все присущие немецкой нации ценности: дисциплинированность, стойкость, практичность. Неудачи на фронте объяснялись «несокрушимой силой» немецких солдат, таких же подневольных людей, воюющих за империалистические интересы своего государства. Таким образом, в художественных текстах была показана характерная для Первой мировой войны трансформация образа врага, созданного средствами пропаганды, в образ врага-человека, разочарованного и уставшего от войны. В межвоенный период именно данное представление переросло в образ немца-интернационалиста, он закрепился в общественном сознании и культивировался советской пропагандой. Исторический пример образа врага периода Первой мировой войны способствовал формированию в предвоенном общественном сознании строгого разделения немцев на эксплуататоров-фашистов и угнетенный пролетариат, бесконечно сочувствующий Советскому государству рабочих и крестьян. Массовым явлением стала уверенность в классовом характере будущей войны.

Новый внешнеполитический курс, взятый на улучшение советско-германских отношений в августе 1939 г., внес изменения в трактовку образа врага. Невозможность ни открыто поддерживать антифашистские настроения в обществе, ни подавлять их в преддверии вероятного конфликта с нацистской Германией заставила советское руководство и пропагандистский аппарат искать окольные пути. Под давлением внешнеполитической конъюнктуры при изображении событий

1914–1918 гг. акцент делался на самоотверженное сопротивление русской армии противнику и гуманное отношение к военнопленным¹⁰.

С началом Великой Отечественной войны образ врага претерпел значительные изменения. Они были вызваны резкой сменой акцентов, вызванных новыми реалиями. Созданный в 1930-е гг. «коминтерновский» образ противника не выдержал испытания на достоверность. Его несостоятельность обернулась разочарованием и шоком, что потребовало изменить пропагандистские каноны в сторону воспитания и поощрения ненависти к фашистским захватчикам. Историческая ретроспектива борьбы с германской армией в годы Первой мировой войны была призвана демонстрировать почву зарождения германского фашизма.

На начальном этапе Второй мировой войны пропаганда в качестве примера исторического противоборства выбрала Наступательную операцию войск Юго-Западного фронта 1916 г. – Брусиловский прорыв. В короткие сроки Управлением пропаганды и агитации был санкционирован выпуск брошюр «Когда и как русский народ бил германских захватчиков»¹¹. Брошюру напечатали и растиражировали все функционирующие в стране центральные и местные издательства. Главное внимание в ней уделялось самоотверженной борьбе русской армии с немцами. Причем пропаганда предпочла не делать резких выпадов и при определении национальной принадлежности врага лишь частично отступила от исторической действительности. Реальным противником русских войск на Юго-Западном фронте была Австро-Венгерская армия. В брошюрах же фигурировала австро-германская. Основанием для этого стало утверждение, что по военным характеристикам австро-венгерская армия была слаба и неспособна к ведению серьезных боевых действий. Поэтому доминирующее положение в войсках союзника занимали германские соединения, которые были внедрены в австро-венгерскую армию для ее прочности. Австро-германский противник был жесток и коварен. Для психологической мобилизации и вызова ненависти к врагу сконструированный «образ врага» наделялся специфическими для противника чертами: национальная принадлежность, различие в психике, беспредельная жестокость. Данные характеристики врага повторялись во всех пропагандистских брошюрах и статьях, посвященных событиям Брусиловского прорыва¹².

Следующим шагом пропаганды стало появление в центральной печати статей, вскрывающих немецкие злодеяния в 1914–1918 гг. и подававших кайзеровских офицеров и солдат как предков гилеровцев. По заданию Управления пропаганды и агитации в Центральном военно-историческом архиве была сделана подборка документов, свидетельствующих о злодеяниях немцев в Первую мировую войну¹³. Опубликованные военные документы подтверждали пытки и издевательства немцев над русскими солдатами и военнопленными, варварские умерщвления раненых (сожжение, отравление), разгром санитарных поездов и госпиталей. Яркие примеры были нацелены на то, чтобы вызвать ненависть к фашистам и чувство мести. В 1943 г. в Ленинграде была выпущена книга «Зверства немцев

¹⁰ Цехновицер 1939.

¹¹ Леонидов 1941.

¹² Редкин 1941, 11–13.

¹³ Александров 1942, 59–64.

в войну 1914–1918 гг.» с предисловием знаменитого историка Е. Тарле¹⁴. Книга содержала разнообразный материал (военные документы, фотографии), собранный в годы Первой мировой войны Чрезвычайной Комиссией для расследования жестокостей и злодеяний, совершенных германскими войсками над населением оккупированных районов, а также над русскими военнопленными. Книга производила сильный психологический эффект на читателей, вызывая ярость по отношению к немцам и убеждая, что фашисты, в отличие от своих предков, не уйдут от ответственности и возмездия. Упомянутые издания были взяты на вооружение пропагандистами, агитаторами, писателями. Тема немецких зверств 1914–1918 гг. вошла в тематический план политуправлений армии и флота. В тылу данную тематику подхватили лекторы местных отделов пропаганды и агитации ВКП(б). Таким образом, на данном этапе создание образа врага достигалось пропагандой исключительно за счет конкретных фактов.

В 1943 г. после перехода стратегической инициативы в руки Советской Армии образ врага-немца периода 1914–1918 гг. претерпел изменения. Пропаганда, используя прием создания ассоциативных моделей (фашисты ассоциировались с кайзеровской армией), сконцентрировалась на показе морального разложения германской армии в Первую мировую войну. В качестве источников были привлечены опубликованные работы немецких исследователей и материалы Следственной комиссии германского рейхстага. Ненависть немецких солдат к офицерам, голод, экономическое истощение Германии, перевес сил противников привели германскую армию к развалу. Героические действия кайзеровских солдат трактовались советской пропагандой как мужество отчаяния, а издевательство над военнопленными – как ярость за свои неудачи на фронте. Капитуляция кайзеровской Германии в 1918 г. подавалась как закономерность, которая в конечном итоге вела к неминуемому концу фашистскую Германию: «Гитлеровскую авантюру ждет еще более бесславный конец, чем конец вильгельмовской авантюры»¹⁵.

Продвижение советских войск в Европу снизило значимость военного противника. Главной целью стало предотвращение кровавых расправ над немцами и мирным населением. Воспитанную за годы Великой Отечественной войны ненависть к фашистам нужно было заменить чувством снисхождения. Тональность в изображении врага-немца периода Первой мировой войны претерпела изменения. Тема затрагивалась только в мемуарной и художественной литературе, посвященной Брусиловскому прорыву. Привлечение данных средств пропаганды закрепляло национально-культурное отторжение немцев и фиксировало сконструированный образ в исторической памяти. Враг-немец изображался слабым, никчемным, жалким.

Заключение

Таким образом, в 1930–1940-е гг. для адекватного изображения врага-немца советская пропаганда обратилась к историческому примеру русско-германского противостояния – Первой мировой войне. На процесс создания образа врага оказали влияние дипломатические коллизии 1930–1940-х гг., сжатые сроки, мас-

¹⁴ Михайлович, Полянская 1943.

¹⁵ Яковлев 1943, 182–183.

совость объекта распространения (население СССР), социально-исторический и индивидуальный опыт. В 1930-е гг. образ врага формировался под влиянием господствовавшей в СССР концепции пролетарского интернационализма. Обращение к военному конфликту 1914–1918 гг. демонстрировало зарождение в германской армии революционных идей и ненависти к империалистической власти. Быстро меняющаяся внешнеполитическая ситуация расставляла свои акценты в изображении врага. Начало Великой Отечественной войны внесло новые коррективы в образ врага периода Первой мировой войны. Вторжение Германии на территорию СССР актуализировало исторические факты негуманного отношения немцев к русским солдатам и военнопленным в Первую мировую войну. Конкретные примеры зверств и ассоциативные модели были нацелены на достижение пропагандистского эффекта и рождали у советского человека эмоциональную враждебность и неприятие фашистов. Победы Советской армии сняли необходимость широкой пропаганды образа врага-немца периода Первой мировой войны, но произведения мемуарной и художественной литературы содействовали его закреплению в исторической памяти.

ЛИТЕРАТУРА

- Александров, Г. (ред.) 1942: Документы о зверствах немцев во время мировой войны 1914–1918 гг. *Пропагандист* 10, 59–64.
- Голубев, А.В. (ред.) 1998: *Россия и Запад. Формирование внешнеполитических стереотипов в сознании российского общества первой половины XX века*. М.
- Гончаров, В.Л. (сост.) 1925: *Разложение армии в 1917 году*. М.-Л.
- Дорожкин, А.Г. 2004: Российское дворянство во второй половине XIX – начале XX вв. в освещении германоязычных историков. *ПРИЗ* 3, 91–110.
- Леонидов, Н. 1941: *Когда и как русский народ бил германских захватчиков (В помощь пропагандисту и агитатору)*. М.
- Купцова, И.В. 2004: «Наш солдат – это солдат удивительной, прямо таки железной стойкости». *Военно-исторический журнал* 10, 54–59.
- Михайлович, З.З., Полянская, Л.И. (сост.) 1943: *Зверства немцев в войну 1914–1918 гг. По документам Первой мировой войны*. Л.
- Редкин, А.Н. 1941: Победа русских войск над германской армией в империалистической войне 1914–1918 гг. *Пропагандист* 15, 11–13.
- Репников А.П. (сост.) 2008: *Дневник Л.А. Тихомирова. 1915–1917 гг.* М.
- Сенявская, Е.С. 2006: *Противники России в войнах XX века: Эволюция «образа врага» в сознании армии и общества*. М.
- Фатеев, А.В. 1999: *Образ врага в советской пропаганде 1945–1954 гг.* М.
- Цехновицер, О. (ред.) 1939: *Война. К 25-летию мировой войны 1914–1918*. Л.
- Чернова, Н.В. 2004: Кинематограф как средство деформации исторической памяти (на примере сталинской киномифологии). В кн.: И.В. Нарский, О.С. Нагорная, О.Ю. Никонова, О.Ю., Хмелевская, Ю.А., (ред.), *Век памяти, память века: опыт обращения с прошлым в XX столетии*. Челябинск, 314–331.
- Шулежкова, С.Г. (ред.) 2015: *Публицистический арсенал общественных движений России и Германии*. Магнитогорск.
- Яковлев, Л. 1943: По страницам военных журналов. *Звезда* 1–2, 182–183.
- Dowling, T.C. 2008: *The Brusilov Offensive*. Bloomington.
- Petrone, K. 2011: *The Great War in Russian Memory*. Indiana University Press.

REFERENCES

- Aleksandrov, G. (red.) 1942: Dokumenty o zverstvakh nemcev vo vremja mirovoj vojny 1914–1918 gg. *Propagandist* 10, 59–64.
- Cehnovicer, O. (red.) 1939: *Vojna. K 25-letiju mirovoj vojny 1914–1918*. London.
- Chernova, N.V. 2004: Kinematograf kak sredstvo deformacii istoricheskoy pamjati (na primere stalinskoj kinomifologemy). In: I.V. Narskij, O.S. Nagornaja, O.Ju. Nikonova, Ju.A. Hmelevskaja (red.), *Vekpamjati, pamjat' veka: opytobrashhenija s proshlym v XX stoletii*. Cheljabinsk, 314–331.
- Dorozhkin, A.G. 2004: Rossijskoj dvorjanstvo vovtoroj polovine XIX – nachala XX vv. v osveshhenii germanojazychnykh istorikov. *Problemy rossijskoj istorii* 3, 91–110.
- Dowling, T.C. 2008: *The Brusilov Offensive*. Bloomington.
- Fateev, A.V. 1999: *Obraz vraga v sovetskoj propagande 1945–1954 gg.* Moscow.
- Golubev, A.V. (red.) 1998: *Rossija i Zapad. Formirovanie vneshepoliticheskikh stereotipov v soznanii rossijskogo obshchestva pervoj poloviny XX veka*. Moscow.
- Goncharov, V.L. (sost.) 1925: *Razlogenie armii v 1917 godu*. Moscow–Leningrad.
- Jakovlev, L. 1943: Po stranicam voennykh zhurnalov. *Zvezda* 1–2, 182–183.
- Kupcova, I.V. 2004: «Nash soldat – jeto soldat udivitel'noj, prjamo taki zheleznoj stojkosti». *Voенно-istoricheskij zhurnal* 10, 54–59.
- Leonidov, N. 1941: *Kogda i kak russkij narod bil germanskikh zahvatchikov (V pomoshh' propagandistu i agitatoru)*. Moscow.
- Mihajlovich, Z.Z., Poljanskaja, L.I. (sost.) 1943: *Zverstvanemcev v vojnu 1914–1918 gg. Po dokumentam Pervomirovoj vojny*. London.
- Petrone, K. 2011: *The Great War in Russian Memory*. Indiana University Press.
- Redkin, A.N. 1941: Pobeda russkikh vojsk nad germanskoj armiej v imperialisticheskoy vojne 1914–1918 gg. *Propagandist* 15, 11–13.
- Repnikov, A.P. (sost.) 2008: *Dnevnik L.A. Tihomirova. 1915–1917 gg.* Moscow.
- Senjavskaia, E.S. 2006: *Protivniki Rossii v voynakh HH veka: Jevoljucija «obrazavraga» v soznanii armii i obshchestva*. Moscow.
- Shulezhkova, S.G. (red.) 2015: *Publicisticheskij arsenal obshchestvennykh dvizhenij Rossii i Germanii*. Magnitogorsk.

“THE ENEMY IS STRONG BUT NOT FEARFUL!” THE IMAGE OF ENEMY
IN THE FIRST WORLD WAR IN SOVIET PROPAGANDA OF 1930–1940 s.

Olesya Y. Starodubova

Nosov Magnitogorsk State Technical University, Russia,
starodubova_olesya@mail.ru

Abstract. The total military conflicts of the XX century between Russia and Germany stacitized negative perception of two states and accumulated a special form of perception of each other – “an image of the enemy”. The difficult foreign policy situation of intermilitary and military years has set the object for the Soviet propaganda –to create an image of the opponent adequate to modern realities in the mildest terms.

In 1930–1940-ies to achieve that goal propaganda authorities appealed to the historical example of the German-Russian confrontation - the First World War. The process of creating an enemy image was influenced by diplomatic conflicts 1930–1940-ies., deadlines, mass distribution of the object (the population of the USSR), the socio-historical and individual experience. In

1930s the enemy image was formed under the influence of dominated in USSR conception of proletarian internationalism. Appeal to the military conflict 1914–1918s showed the formation of revolutionary ideas and hatred of imperialist authority in German army. The major reference point for propaganda authorities was communicative historical memory, implicative direct collective and personal experience of interaction with German army in 1914–1918s.

Fast changing foreign policy situation highlighted its own key points in representing the enemy. Invasion of German forces in the territory of Soviet state made actual the First world opposition and introduced own amendments in an image of the enemy. Invasion of Germany on the territory of the USSR staticized actual historical facts of inhuman attitude of the Germans to Russian soldiers and prisoners of war in the First World War. Specific examples of brutalities and associational patterns were aimed at the achievement of propaganda effect with soviet people and formed emotional animosity and rejection of fascists. The victory of soviet army removed the necessity of the extensive propaganda of German enemy in the First World War but with the help of memoirs and fiction works contributed to its fixation in the historical memory.

Key words: image of the enemy, the Soviet propaganda, the First World War, Brusilov Offensive, historical memory, communicative memory, associative pattern, the mass consciousness



РУССКИЕ И НЕМЦЫ. ФОРМИРОВАНИЕ СТЕРЕОТИПОВ В ОБЩЕСТВЕННОМ СОЗНАНИИ

Problemy istorii, filologii, kul'tury
3 (2016), 236–244
© The Author(s) 2016

Проблемы истории, филологии, культуры
3 (2016), 236–244
© Автор(ы) 2016

ОБРАЗ ВРАГА В МАССОВОМ СОЗНАНИИ РОССИЙСКОГО ОБЩЕСТВА В 1917 г.

Ю.Д. Коробков

*Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова,
Магнитогорск,
n.kyakkinen-56@yandex.ru*

Аннотация. В современных условиях длительной и сложной трансформации России в новую социальную реальность особое значение приобретает изучение базовых ценностей и представлений российского человека. Их выявление невозможно без учета исторического анализа фундаментальных структур базовой социальной личности имперского и советского человека. Поэтому целью данной статьи является рассмотрение, описание и понимание социально-психологических и культурных механизмов трансляции наиболее устойчивых смысловых структур на примере образа врага в историческом пространстве России после Февральской революции 1917 г. Основное внимание уделяется анализу эволюции основных «вражеских» типажей и их социокультурных оснований, выделению универсальных черт образов врагов и механизмов их трансляции в обществе. В ходе исследования были сформулированы выводы о взаимной заинтересованности власти и общества в необходимости врага, борьба с которым превращалась в источник мобилизации масс и принцип организации нового общества. Это отражает такую общеисторическую закономерность развития кризисных социумов, как подавление более поздних и высоких форм культуры и социальности архаичными моделями. В этом смысле идеологема врага стала одним из наиболее ярких, массовых и устойчивых проявлений взрыва традиционализма в 1917 г. В России эти универсальные социокультурные механизмы были много-

Коробков Юрий Дмитриевич – доктор исторических наук, профессор кафедры Всеобщей истории Магнитогорского государственного технического университета им. Г.И. Носова. E-mail: n.kyakkinen-56@yandex.ru

кратно усилены такими ментальными особенностями русского народа, как «судейский комплекс» и дуализм национального характера.

Ключевые слова: Февральская революция, образ врага, инверсия, социально-политический негативизм, раскол, архаика

Введение

Поворот в подходах к изучению исторического прошлого в современной отечественной историографии, связанный с ориентацией на человеческое измерение истории, раньше всего проявился в изучении российских революций. Это связано с тем, что понять специфику их вызревания и развития невозможно без учета влияния доктринальных, ментальных и социально-психологических факторов на состояние массового сознания и поведение человека толпы, чьи действия в тех или иных критических ситуациях предопределяли их исход¹.

Вышедшие в 1990–2000-е годы монографии и сборники статей свидетельствуют об устойчивом интересе специалистов к проблемам российского менталитета² и его влияния на зигзаги российской истории в 1917 г. Среди наиболее перспективных направлений в разработке революционной проблематики признается воссоздание и изучение механизма эскалации социального психоза и выявление истоков девиантного поведения масс, взрыва социальной нетерпимости и классовой вражды. Данная статья является еще одной попыткой расширить наши представления о психоистории послефевральской России.

Мгновенный переход России из царства многовековой деспотии в новое общественное состояние всколыхнул массовое сознание россиян и выплеснул на его поверхность причудливую смесь различных способов социальной рефлексии, на первый взгляд, сочетавшую старые и новые подходы, а на проверку оказавшейся актуализацией находившихся в культурном «архиве» давних, общеизвестных и «обкатанных» в поколениях «автоматизмов» сознания и поведения. Первичными из них закономерно оказались стереотипы массового сознания традиционного общества, особенности национальной психологии и универсальная общеисторическая оппозиция «мы» – «они» = «свои» – «чужие», в соответствии с которыми наибольшую массовость и «популярность» приобрел образ «врага», который начал транслироваться в обществе сразу после Февральской революции и доминировал вплоть до октября 1917 г.

В роли врагов в марте 1917 г. стали выступать представители и символы старого строя и, прежде всего, институт монархии в лице российских самодержцев и их охранителей. Арест царя, доставленного под охраной в Александровский дворец в Царском селе, и царицы окончательно убедил массы в том, что «ничего из старой России не останется», что вызывало горячее одобрение народа. Солдат Кавказского военного округа писал: «У нас посмеяли кровавых львов, глотавших нашу жизнь. Они 300 лет сосали нашу кровь...»³. «Наконец-то мы перестали быть рабами дома Романовых. Нам удалось потоптать романовскую власть в грязи, а его министров всех поарестовать», – говорилось в другом солдатском письме.

¹ Булдаков 1996, 5.

² Коробков 2002, 92.

³ Красный архив 1937/5, 139.

«Граждане–обыватели» из Умани искренне радовались тому, что «рухнуло гнездо тиранов, и все холопы Николая II сидят под замком и понесут надлежащую кару за их преступления, за то, что на костях и крови народа наживали себе состояния и довели страну до полного разорения»⁴.

По воспоминаниям М. Эюба, рабочие уральских заводов «рвались уничтожить сразу же, одним ударом» буквально все проявления старого порядка: «Та самая масса, которая, казалось, была столь бесчувственна и безучастна к этому старому строю, рвалась, как зверь, разбить самые ничтожные остатки рабства. Масса не могла выносить медленного обновления своей жизни – чем скорее очистить остатки старого, тем лучше»⁵.

Персонификация абсолютного зла в образах российских монархов и династии в целом, прежде всего, отразилась в народной смеховой культуре и бульварной литературе, породивших множество частушек и «мужичьих мерочек» о царе и его жене – «Гессенской мухе», «фрейлине Вырубихе» и министре Сухомлинове. По страницам массовых изданий кочевали анекдоты и байки из жизни двора, развивавшие тему глупости и продажности монарха, национального предательства и немецкого засилья. Пресса всех направлений считала своим долгом публиковать материалы, разоблачавшие кровожадность царя и преступления его министров и демонстрировавшие ее собственную политкорректность.

Антимонархическая составляющая массового сознания наиболее ярко проявилась в уничтожении памятников российским императорам и деятелям царской администрации, а также в начавшейся топонимической революции – обширной кампании по переименованию улиц городов, населенных пунктов и даже военной техники.

Сразу после того, как стало известно о подписании отречения Николая II от престола, в думский Белый зал был введен наряд солдат для снятия портрета последнего российского императора, помещавшегося над председательским местом. «Два солдата, подцепив штыками холст репинского портрета, мерно и дружно держали его с двух сторон, и через минуту там осталась пустая рама, которая продолжала зиять в этой зале революции еще много месяцев», – вспоминал Н.Н. Суханов⁶. Автору этих строк страстно хотелось узнать, «какие слова идут на язык у этих черноземных людей при виде картины шельмования еще вчера обожаемого монарха». Однако он не заметил ни тени удивления на лицах солдат. На следующий день из зала Государственного Совета в Мариинском дворце был вынесен бюст Николая II и помещен на складе дворца, где хранились «другие ненужные вещи».

По распоряжению Исполкома Екатеринослава был снят памятник Екатерине II, который предполагалось переместить в местный музей. Однако под напором решительных требований горожан и солдат местного гарнизона он был отправлен на Брянский металлургический завод для переплавки в снаряды. Лишь вмешательство Комитета по культуре под председательством М. Горького сохранило его от уничтожения. «Биржевые ведомости» с глубоким удовлетворением сообщали, что из-за усиленной охраны памятника Александру II в Таганроге толпе не уда-

⁴ ГАРФ. Ф. 6978. Оп. 1. Д. 296. Л. 90.

⁵ Известия Пермского губернского ИК совета рабочих, солдатских и крестьянских депутатов 12.03.1918.

⁶ Суханов 1991, 104.

лось его разрушить. В Екатеринбурге группой солдат были обезображены все бюсты Романовых в городском музее, а в городском сквере разрушены памятники Екатерине II и Петру Великому. У здания городской Думы в Киеве был демонтирован памятник П.А. Столыпину.

Массовая инверсия затронула не только институт монархии. Поскольку церковь в представлении низов являлась духовной и идеологической основой старого режима, антимонархические настроения автоматически проецировались на нее. В сознании россиян, особенно опьяненной революционной романтикой молодежи, закреплялось отношение к церкви как к рудименту старого мира и, по наблюдению генерала А.И. Деникина, в общероссийском масштабе правоверное духовенство осталось за бортом разбушевавшейся жизни. Столичная пресса благословила стремление масс «лишить церковных иерархов власти, уродливо расцветшей под распутинской эгидой»⁷.

Лишение церкви финансовой поддержки стало неким сигналом перехода к морально-психологическому давлению на священников, затем к их изгнанию, а кое-где и физической расправе. Лишая священников права совершать богослужение, население отбирало у них церковные ключи и печати, подвергало арестам, сопровождая их незаконными обысками. На страницах «Современного мира» описывался случай, когда крестьяне одного села постановили «отправить на войну монахов соседнего монастыря, а монастырские деньги обратить на нужды государства».

Представители духовенства Имеретинской епархии обратились с просьбой в Кубанский исполнительный комитет сделать распоряжение, чтобы аресты духовных лиц не производились без «серьезных и действительных поводов»⁸. Учитывая сложившуюся ситуацию, Нижегородская Духовная Консистория заявила решительный протест против совершаемых насилий над священнослужителями, указав на ряд оскорблений со стороны населения, вызвавших уход священника села Тенящева, и на отказ окружного духовенства исполнять в этом селении требы из опасения подвергнуться глумлению и издевательствам.

Одним из тех психологических комплексов, вокруг которых в обыденном сознании формировалась система образов врагов, с которыми связывалась опасность реставрации старого режима, стала расплата за «старые грехи». Их непосредственным олицетворением для обывателя явились бывшие полицейские и городовые, с которыми он постоянно сталкивался в повседневной жизни. Уже 25 февраля были разгромлены и подожжены два полицейских участка на Выборгской стороне. 10 марта Временное правительство постановило упразднить Департамент Полиции и учредить в составе министерства Внутренних Дел Управление по делам общественной милиции и по обеспечению личной и имущественной безопасности граждан. «Свершилось в России неопишное, фантастическое происшествие! – писал “Современный мир”. – Город очутился без полиции». Критикуя власть за упразднение полиции, вызвавшее столь деструктивные последствия в социально-психологической, общественно-политической и уголовно-юридической сферах, многие современники все же вынуждены были признать психологическую необходимость данного шага.

⁷ Раннее утро 8.04.1917.

⁸ Биржевые ведомости 21.05.1917.

Пресса моментально развернула кампанию травли «бывших держиморд и полицейских банд». Разжалованных полицейских отправляли в армию, где повсеместно ущемлялись их гражданские права и свободы. Полковые комитеты принимали резолюции, требовавшие, чтобы «жандармы и полицейские, в каком бы они чине и звании не были, немедленно были разжалованы в рядовые и в таком звании отправлялись на фронт особыми командами» и «содержались совершенно изолированно в особых бараках».

По всей стране прокатилась волна самочинных арестов общественными организациями бывших должностных лиц жандармских управлений. Инициаторы подобных акций мотивировали свои действия тем, что «против бывших полицейских негативно настроены обыватели, что может повлечь многочисленные эксцессы». К их числу можно отнести убийство начальника жандармского управления и нескольких жандармов в г. Рыбинске⁹, арест толпой горожан пермского губернатора Лозинского, тюремного инспектора Блохина и начальника исправительного арестантского отделения Ширяева¹⁰. Все российские газеты облетело сообщение, что 5 апреля толпа минчан напала на группу бывших полицейских и растерзала их.

Еще в большей степени эскалации социальной напряженности способствовала кампания шельмования секретных сотрудников охраны, развязанная средствами массовой информации. Центральные и местные газеты пестрили заголовками: «Из недавнего прошлого охраны!», «Земельные и городские союзы в освещении царской охраны», «Допрос провокаторов», «Очаги предательства», «Во что обошлось казне содержание петроградской охраны» и т. д. Независимо от общественно-политической ориентации любая столичная газета считала своим долгом публиковать «очередные списки провокаторов», разоблачая парикмахеров и переплетчиков, швейцаров и дворников, писателей и студентов, представителей профсоюзного движения и различных политических партий, фрейлин царского двора и даже членов совета, что вызывало глубокий общественный резонанс.

Была создана комиссия по разработке архивов охраны под председательством М.А. Осоргина, в обязанности которой входили не только выявление и публикация имен провокаторов, но и «принятие мер к обезвреживанию предателей». Повсеместно высказывалось мнение о необходимости организовать особые суды совести. Предполагалось, что агенты, не реабилитированные таким судом, особым декретом будут лишены некоторых гражданских прав, например, права занимать значимые общественные посты, и «вообще будут считаться лишенными доверия».

О нарастающей в обществе психологии максимализма, состояния нетерпимости и ненависти свидетельствовали письма и телеграммы, поступавшие в Петроградский совет и лично на имя его председателя Н. Чхеидзе. Будучи заподозренным в связях с охранкой, был уволен со своего поста и арестован некий инженер Н. Ольшевский. Позже он был оправдан и освобожден. Как только этот факт стал достоянием гласности, на Петросовет обрушились гневные письма обывателей следующего содержания: «Как может быть, что деятели старого режима, наносящие вред революции, находят защитников среди Временного правительства?!»¹¹.

⁹ Биржевые ведомости 27.08.1017.

¹⁰ ГАПО. Ф.167. Оп.2. Д. 4. Л.50.

¹¹ ГАРФ. 6078. Оп.1. Д.300. Л. 79.

С апреля 1917 г., после окончания «медового месяца» революции, по мере углубления дифференциации общества «врагомания» вступает в новый этап конструирования образа «врага» по партийно-политическому и классовому признакам. Его главными объектами стали большевики, соглашатели и буржуи. Некоторое время «старые и новые бесы» изгонялись одновременно, но постепенно реставрационный комплекс отходил на второй план, и вплоть до октябрьского переворота в массовом сознании господствовали «новые» враги.

Новые кампании развивались по тем же сценариям и технологиям, что и предыдущие. Как и прежде, их отличала аморфность образа врага, под которого при желании можно было подвести любого гражданина свободной России. К примеру, образ большевика характеризовался такими чертами, как кучка латышей, опасные люди, бунтовщики, изменщики, те, у кого толстый карман, потому большевики – буржуи,¹² «большевики – это капиталисты и помещики, слуги старого режима, они хотят царя, поэтому их надо не только арестовать, но и вешать, как они вешали до революции защитников и борцов за интересы рабочих»¹³.

В результате в массовом сознании к лету 1917 г. сформировался устойчивый образ большевика, когда, по наблюдению меньшевика П. Гвоздева, «стоит в толпе кинуть по адресу оратора – большевик, как всякие доводы перестают действовать»¹⁴. При этом, как отмечалось в письме рабочего Белорецкого завода, «понятие большевик <...> истолковывается очень широко, и под него подойдут не только большевики, но и все инакомыслящие»¹⁵.

На тех же приемах была построена и большевистская пропаганда, формировавшая негативный образ соглашателя – меньшевика и эсера. Такая политическая практика создавала атмосферу вражды и ненависти не только в межгрупповых отношениях, но вносила раскол и внутри рабочего движения, когда, по свидетельству рабочего пермского завода Лесснера Ильина, «еще вчера приветствовавшие друг друга рабочие всех политических партий, сегодня смотрят друг на друга как заклятые враги»¹⁶. В письме рабочих Оренбургского депо указывалось на «доходящие чуть ли не до ссоры и кулаков собрания», в результате чего между собой люди чуть не дерутся, а общих интересов не соблюдают¹⁷.

Еще большие масштабы в обществе приобрели антибуржуазные настроения. В результате, как неоднократно отмечалось в литературе, «буржуй» в 1917 г. являлся не столько социальным типом, сколько общественно признанным символом всего негативного.

К эксплуататорам и паразитам мог быть причислен любой, чье поведение противоречило уравнилельным представлениям масс, независимо от его имущественного положения. Под «буржуйские» стандарты попадала интеллигенция. При этом тот или иной техник или даже рабочий могли по своему материальному достатку быть намного выше интеллигента, но с буржуазией, с собственником ассоциировался именно последний. Прежде всего, культурные, а не экономиче-

¹² Уральская правда 30.06.1917.

¹³ Вперед 24.08.1917.

¹⁴ Уральская жизнь 6.06.1917.

¹⁵ Вперед 6.07.1917.

¹⁶ ГАПО. Ф. 73. Оп. 1. Д. 159. Л. 6.

¹⁷ Заря 29.09.1917.

ские, социальные, политические и иные несовпадения определяли причудливые феномены антибуржуазного сознания рабочих масс.

Один из них – это реакция на одежду. В том, что одежда прямо соотносилась с социальным или имущественным статусом человека, ничего необычного не было. Примечательно другое: раздражение вызывали не те признаки одежды, которые подчеркивали богатство человека, а те, которые отмечали качественное отличие этой одежды от обычной одежды низших слоев. Не столько шуба и сапоги становились объектом общественной неприязни (эта одежда была как раз привычной), сколько такие аксессуары, как трости, шляпы, галстуки, манжеты. Именно они прежде всего ассоциировались в сознании рабочих масс с некоей чуждой им культурой. Одновременно отличная от низовой культура ценностей соотносилась в общественном сознании с имущественным достатком. В результате специфического наложения культурных и имущественных противоречий именно первые могли влиять на характер межгруппового взаимодействия.

Неопределенностью, противоречивостью, смешением партийно-политических, социально-культурных, идеологических, национальных признаков в единый образ инакомыслящего отличалась лексическая маркировка врага. Хотя типичными штампами низового сознания были образы контрреволюционера, врага трудового народа, буржуя-погромщика, соглашателя и производные от них, мало кто заботился о точности определений. Не разбираясь в партийно-политических хитросплетениях, в один котел инакомыслия рабочие помещали Пуришкевича, Керенского, Церетели, Ленина, Львова, Троцкого и других политиков. Содержавшаяся в письмах населения мешанина ругательств против служащих, социалистов, приверженцев капитала, идущих на поводу у своих хозяев, в значительной мере показательна и даже символична для словоупотребления низов. Очень часто обвинения не только не сочетались между собой, но и противоречили друг другу, причем смысл и происхождение некоторых из них уточнить очень сложно. Считая эту лексическую путаницу плодом «бесшабашной демагогии людей», «углубляющих революцию», М. Горький с сожалением отмечал, что благодаря ей «... на фабриках и заводах постепенно начинается борьба чернорабочих с рабочими квалифицированными; чернорабочие начинают утверждать, что слесари, токари, литейщики и т.д. суть “буржуи”»¹⁸.

В результате формировалась всеобщая атмосфера нетерпимости, подозрительности, непримиримости, когда «достаточно для красного словца не “пожалеть ни отца, ни матери”, крикнуть одно лишь волшебное слово долой! как массы моментально зажигаются верой в говорящего»¹⁹. Ее следствием стало формирование в массовом сознании устойчивого комплекса поиска врагов, что создавало почву для массовых пропагандистских кампаний большевистской власти после Октября 1917 г. В их основе лежали те же отработанные революционной риторикой 1917 г., привычные уху рядового обывателя классовые, партийно-политические, идеологические и этнические классификаторы врага в образе контрреволюционеров, пособников прошлого, латышей, поляков, евреев, немецких шпионов и других социальных типажей.

¹⁸ Горький 1990, 215.

¹⁹ Верхнеуралец 13.08.1917.

Заключение

Необходимо отметить, что и в 1917 г., и после него прослеживается взаимная заинтересованность власти и общества в присутствии врага, борьба с которым становится источником мобилизации масс и принципом организации нового общества. Это отражает такую общеисторическую закономерность развития кризисных социумов, как подавление более поздних и высоких форм культуры и социальности архаичными моделями. С этих позиций использование идеологемы врага, по точному определению Л. Гудкова, «представляет собой специфический «сброс» институциональной сложности, блокировку модернизационного развития, плебейское упрощение «...» социокультурной организации общества»²⁰. В России эти универсальные механизмы культурно-исторического развития были многократно усилены ментальными особенностями в виде присущего русскому народу «судейского комплекса» и дуалистичностью национального характера.

ЛИТЕРАТУРА

- Булдаков, В.П. 1996: К изучению психологии и психопатологии революционной эпохи (методологический аспект). В кн: *Революция и человек: Социально-психологический аспект*. М., 4–17.
- Горький, А.М. 1990: *Несвоевременные мысли*. М.
- Гудков, Л. 2005: Идеологема «врага»: Враги» как массовый синдром и механизм социокультурной интеграции. В кн: *Образ врага*. М.
- Деникин, А.И. 1991: *Очерки русской смуты*: в 2 т. Т. 1. Вып. 1. М.
- Коробков, Ю.Д. 2002: Современные трактовки ментальности: Проблемы и перспективы. *Вестник Оренбургского государственного университета* 8, 88–97.
- Суханов, Н.Н. 1991: *Записки о революции*: в 3 т. Т. 1. Кн. 1. М.

REFERENCES

- Buldakov, V.P. 1996: K izucheniju psihologii i psihopatologii revoljucionnoj jepohi (metodologicheskij aspekt). In: *Revoljucija i chelovek: Social'no-psihologicheskij aspekt*. Moscow, 4–17.
- Denikin, A. I. 1991: *Ocherki russkoj smuty*: v 2 t. T. 1. Vyp. 1. Moscow.
- Gor'kij, A.M. 1990: *Nesvoevremennye mysli*. Moscow.
- Gudkov, L. 2005: Ideologema «vraga»: Vragi» kak massovyj sindrom i mehanizm sociokul'turnoj integracii. In: *Obraz vraga*. Moscow, 7–80.
- Korobkov, Ju. D. 2002: Sovremennye traktovki mental'nosti: Problemy i perspektivy. *Vestnik Orenburgskogo gosudarstvennogo universiteta* 8, 88–97.
- Suhanov, N.N. 1991: *Zapiski o revoljucii*: v 3 t. T. 1. Kn. 1. Moscow.

²⁰ Гудков 2005, 13.

IMAGE OF THE ENEMY IN MASS CONSCIOUSNESS OF THE RUSSIAN
SOCIETY IN 1917

Yuri D. Korobkov

*Nosov Magnitogorsk State Technical University, Russia,
n.kyakkinen-56@yandex.ru*

Abstract. Nowadays, when Russia is experiencing long and complex transformation into a new social reality, the study of basic values and images of the Russians has taken on a special significance. It is impossible to identify them without taking into consideration the historical analysis of the fundamental structures of the social identity of the Soviet and Imperial people. That is why this article is intended to study, describe and understand socio-cultural semantic structures by the example of the enemy's image in the historical context of Russia after the February revolution of 1917. The major attention is paid to the analysis of the evolution of the different types of enemies and their social and cultural bases as well as to the identification of the common features of the images of enemies and mechanisms of their transmission into the society. The studies brought the authors to the conclusion that there is a mutual interest between the authorities and the public in the need for an enemy as the struggle with the enemy has been transformed into the source of mass mobilization and the organizing principle of new society. This reflects a general historical pattern of the societies in the crisis state namely the suppression of the later and higher forms of culture and sociality by the archaic models. In this sense, the ideologeme of an enemy has become one of the most noticeable, mass and sustainable manifestations of the burst of nationalism in 1917. In Russia these socio-cultural mechanisms have been reinforced by the mental peculiarities of the Russians such as a "judicial complex" and dualism of the national character.

Key words: February Revolution, enemy, inversion, socio-political negativism, split, archaic



ОБРАЗ ГЕРМАНИИ В РОССИЙСКОЙ МЕДИАКАРТИНЕ МИРА

Е.Е. Коптякова

Сургутский государственный университет, Сургут,
koptyakova71@mail.ru

Аннотация. Статья посвящена изучению образа Германии и немецкой нации, представленных в российских СМИ. В качестве материала для исследования выступили тексты как печатных, так и электронных российских СМИ с 2001 по 2008 гг., содержащие стереотипные суждения, репрезентирующие образ Германии и типичного представителя немецкой нации.

Автор характеризует вербальные репрезентации национальных стереотипов в медийных текстах и, на основе анализа коннотаций и общего эмоционального тона высказываний, определяет отношение к ним адресата. Выбор этностереотипов (национальных стереотипов) в качестве объекта исследования объясняется тем, что, несмотря на присущую им условность, обобщенность и подчас противоречивость, они являются хранителями немотивированных свойств реалий и, в отличие от мифов, ритуалов и обычаев, скрываются от «чужих», выступая репрезентантами национальной ментальности. Средства массовой информации благодаря своей масштабности и силе воздействия являются одним из самых важных источников формирования и распространения стереотипов различных видов, в том числе и национальных.

В результате проведенного исследования выявляются наиболее распространенные стереотипные представления о Германии, бытующие в российской медиакартине мира: «Германия – это сильная держава», «Германия – это богатая страна», «Германия – это воинственная страна», «Германия – это страна хорошего образования», «Немецкий – значит хорошего качества», «Немцы испытывают чувство вины за Вторую мировую войну», «Немцы – народ дисциплинированный», «Немцы трудолюбивы», «Немцы практичны», «Немцы аккуратны», «Немцы серьезные», «Немцы питают слабость к пиву, сосискам», «Немцы одержимы любовью к автомобилям» и «Немцы – любители путешествий».

Ключевые слова: образ, Германия, национальные стереотипы, этностереотипы, медиа-картина мира

Введение

Средства массовой информации оказывают большое влияние на современное общество. Массмедиа не только информирует массовую аудиторию, но и, отражая события окружающей действительности, сами играют активную роль в создании современной картины мира. Путем варьирования и многократного повторения тех или иных языковых средств происходит формирование определенных стереоти-

Коптякова Елена Евгеньевна – кандидат филологических наук, доцент кафедры методики преподавания английского языка и перевода Сургутского государственного университета. E-mail: koptyakova71@mail.ru

пов, что неизбежно влияет на систему ценностей и отношений, на восприятие окружающей действительности. У. Квастхоф подчеркивал широкую распространенность стереотипов («расхожих истин») среди носителей определенной культуры¹.

Целью работы является выделение языковых репрезентаций стереотипных представлений о Германии на страницах российских изданий, таких, как «Аргументы и факты», «Коммерсантъ», «Иностранец», «Агентство политических новостей» и др. за 2001–2008 гг. Тематика исследуемого материала довольно обширна. Анализу были подвергнуты статьи и репортажи, касающиеся внешней и внутренней политики Германии, экономики, ее культуры и т. д.

На основе полученного материала напрашивается вывод о том, что в понятийном поле «Германия» можно выделить две составляющие: образ страны и образ немецкой нации, каждая из которых в свою очередь также представлена определенным набором компонентов. Образ страны складывается из представлений о политике государства (внешней и внутренней), культуре и экономике. Образ нации в свою очередь складывается из представлений о национальном характере и национальных пристрастиях, то есть из этностереотипов (национальных стереотипов), которые являются «упрощенными, схематизированными, эмоционально окрашенными и чрезвычайно устойчивыми образами какой-либо этнической общности, распространяемыми на всех ее представителей»². Важнейшей характеристикой этнических стереотипов, по мнению Г. Тэджфэла, является согласованность, или консенсус, то есть стереотипами можно считать лишь представления, разделяемые достаточно большим числом представителей общности³.

Определенная предвзятость, возникающая при категоризации, обуславливает такие свойства стереотипа, как оценочность, ценностная окраска, устойчивость, стабильность и даже ригидность, наличие ошибочной информации, эмоционального и рационального элементов⁴. Дж. Лакофф, указывая на большое значение стереотипов в определении культурных экспектаций и в аргументации выводов, в особенности «поспешных выводов», вместе с тем утверждает, что они не могут считаться точными и их содержание можно легко оспорить⁵.

Несмотря на присущий им противоречивый характер, они – неотъемлемый элемент существования любого общества, репрезентанты национального менталитета, а их высокая востребованность представителями определенного лингвокультурного сообщества может объясняться широким спектром выполняемых ими функций, а именно: стереотипу отводится роль генерализатора информации при усвоении чужой культуры (когнитивная функция), разграничителя «своего» и «чужого» (аффективная), ориентира в обыденной жизни, разграничивающего «внутригрупповое» и «внегрупповое» (социальная функция)⁶.

Как показал анализ текстов СМИ, одним из наиболее широко тиражируемых в российской прессе стереотипов является представление о Германии как о

¹ Quasthoff 1978, 23.

² Платонов 2007, 116.

³ Tajfel 1981, 74.

⁴ Tajfel 1981, 74.

⁵ Lakoff 1987, 76.

⁶ Кубрякова (ред.) 1996, 177.

сильной державе, играющей ведущую роль на современной политической арене. Ср.: 1. *...сыграть на растущих противоречиях между США и Германией – экономически самой сильной страной Евросоюза*. 2. *...Германия остается самой сильной театральной державой мира*.

Данный стереотип отражается в следующих языковых репрезентациях: «могущественная держава», «оплот международной экономики», «локомотив» и др., которые однозначно имплицитно позитивную оценку Германии в сознании адресата.

Еще один стереотип о Германии выражается в представлении этой страны как высокоразвитого и богатого общества. Достаточно частое использование российской прессой стереотипа «высокий уровень благосостояния», репрезентируемого различными языковыми способами, актуализирует в сознании адресата положительную оценку и способствует соответствующему восприятию образа Германии. Как отмечает А.П. Чудинов, национальные стереотипы являются результатом проецирования своих ценностей и норм на «чужие»⁷, поэтому высокий уровень жизни и забота государства о своих гражданах, которыми никогда не могла похвастаться Россия, так заметны для российских журналистов и позитивно охарактеризованы в прессе. Ср.: 3. *Уровень жизни коренных немцев неимоверно высок <...> Что такое немецкий стандарт? – Это хороший дом, очень хорошая машина, приличное место работы, на тебе хорошая одежда*. 4. *Они (немцы) привыкли жить удобно, комфортно, не перегружать себя работой*.

В столь радужный образ процветающей, богатой и сильной страны привносит определенную дисгармонию представление о Германии как о милитаристской державе, продиктованное историческим контекстом и однозначно имплицитно негативную оценку. Ср.: 5. *В Руре есть то, что сделало Германию – Германией. Такой, какой мы ее знали со школьной скамьи. Эксплуатация, милитаризм и классовая борьба*.

В примере № 5 тон высказывания абсолютно нейтральный, но в самих значениях лексем *эксплуатация*, *милитаризм* и *классовая борьба* содержится негативный коннотативный компонент, что свидетельствует об отрицательном осмыслении милитаристского прошлого Германии российским национальным сознанием.

Немцы, ввергнувшие почти полмира в две самые кровопролитные войны прошлого столетия, осознают всю глубину трагедии, причиной которой они стали. Современные массмедиа России не оставляют этот факт незамеченным и находят различные языковые репрезентации для его выражения. 6. *Владимир Путин также считает, что нельзя заставлять немцев вечно каяться за трагедию Второй мировой*. 7. *...одержимые комплексом вины экс-руководители ФРГ*.

Следует отметить, что в силу исторических причин, Германия всегда ассоциировалась у русских с ученостью, хорошим качеством образования, воспринималась родиной науки. Не изжил себя этот стереотип и сегодня и репрезентируется на страницах российских массмедиа. Ср.: 8. *Немецкие вузы стали идеалом для взыскательного академического мира... Поддерживать эту репутацию сегодня Германия может благодаря выстроенной и совершенной системе развития талантов*. Хорошим качеством может похвастаться не только немецкое образо-

⁷ Чудинов 2006, 47.

вание, но и все, что производится в Германии. В этом случае оценка соответствующего стереотипа, представленного средствами языка, является исключительно позитивной. Ср.: 9. *Этот нехитрый с виду логотип (трехлучевая звезда – товарный знак Mercedes) давно уже перерос свое утилитарное значение и превратился в настоящий и узнаваемый символ – славы, всемирного успеха, истинно немецкого качества и престижа.* В представленном примере выражение *истинно немецкое качество*, поставленное в один ряд с лексемами *слава, всемирный успех, престиж*, само приобретает некий оттенок значения «приносящий всемирный успех и славу».

Наиболее часто при создании образа представителя немецкой нации российские журналисты апеллируют к немецкой педантичности и дисциплинированности. Данный стереотип опосредуется путем варьирования таких выражений, как: *педантичный, соблюдающий порядок, дисциплинированный, законопослушный*. Ср.: 10. *Немцы – вообще народ дисциплинированный.* 11. *Отвращение порядколюбивых немцев к побродягам Гессе снял в манере национального зонга: «Где поют – ложись и спи спокойно; Кто поет – тот человек достойный».* 12. *У педантичных немцев для каждого посетителя – своя норма и даже свои часы посещения.* 13. *Отчего же как у нас в империи начинают «наводить порядок», так и сразу, будто чертяка из табакерки, выпрыгивает немец?*

В примерах №№ 10–13 наблюдается констатация присущей немцам дисциплинированности, по имеющемуся контексту нельзя определить отношение адресанта к указанным особенностям немецкого характера, а потому и оценочный характер данных выражений нейтральный. В примере № 13 чувствуется авторская ирония, но направлена она не на порядколюбивых немцев, а на самих русских, которые, как показывают история и современность, так и не научились наводить порядок без помощи немцев.

Способность поддерживать идеальный порядок – удел людей трудолюбивых. В российской медиакартине мира трудолюбие немецкой нации – это неоспоримый и широко тиражируемый довод. Ср.: 14. *Привыкшие к труду и порядку немцы...* 15. *...немцы <...> славятся самыми дисциплинированными и работоспособными в мире.* Эмотивный тон повествования в примерах №№ 14, 15 является нейтральным, но позитивный смысл высказывания способствует формированию положительной оценки адресата.

Еще одной чертой немецкого национального характера, привлекающей российскую прессу, является акцентирование присущей немцам аккуратности. Ср.: 16. *...но в гэдээровском случае плотность агентуры надо еще умножить на организационно присущие немцам добросовестность и аккуратность.* 17. *Специалист Галкин оказался ценный, работу свою делал с душой да с привитой (вбитой в детстве) немецкой педантичностью и аккуратностью.* 18. *«Ну не может не быть у вас, Алексей Федорович, немецкой крови. Такой вы аккуратный и педантичный».*

Как видно из примеров, *аккуратность*, приписываемая немецкой нации, чаще всего упоминается в сочетании с таким свойством характера, как *педантичность*. Данная закономерность свидетельствует о том, что для русской языковой личности указанные признаки принадлежат к категориям одного порядка, очевидно, не характерным для нее самой. Эмоционально-оценочный тон представлен-

ных высказываний, судя по контексту, предстает как весьма положительный со значением одобрительности или, в крайнем случае, является нейтральным.

Важным элементом стереотипного представления одной нации о другой выступает отношение конкретного народа к материальным благам, в «наивной» картине мира другого народа данное отношение выражается в принадлежности к той или иной части дихотомии «щедрый – скупой». Русские, в системе культурных и религиозных идеалов которых материальные блага изначально стояли ниже благ духовных, видят немцев чересчур экономными, если не сказать скупыми. Ср.: 19. *Практичные немцы нашли применение тому, что раньше казалось абсолютно бесполезным – новогодним и рождественским сувенирам.* 20. *Новогодние пожелания немцев были несколько более приземленными.* 21. *В глазах респектабельных, но прижимистых немцев представители гордой дворянской породы выглядят предпочтительнее всех прочих.*

Приведенные примеры указывают на то, что практичность немцев – это реально существующее в национальном сознании стереотипное представление о немецкой нации. Однако степень выраженности данной черты характера может варьироваться, презентуя немцев перед российским адресатом либо рациональными, экономными, аналитически мыслящими (вызывая у читателя положительные ассоциации), либо приземленными, скупыми и прижимистыми (направляя реципиента на отрицательное восприятие).

Как уже было заявлено ранее, национальные стереотипы – это результат проецирования системы ценностей и идеалов одной нации на другую. Для российского национального сознания характерны идеализация высоких духовных ценностей и пренебрежение материальными. В примере, приведенном ниже, абсолютно эмоционально и оценочно нейтральное выражение «немецкий аналитический ум», использованное в контексте сравнения с русской теплотой и душевностью, становится антонимом перечисленных русских черт. Ср.: 22. *Ему была свойственна совершенно русская теплота, душевность. Но при этом у него был аналитический склад ума, который принято считать немецким.*

Наряду с расчетливостью, рационализмом и прагматизмом российская пресса отмечает присущую немецкому характеру серьезность. Ср.: 23. *Этот классический балет («Лебединое озеро») был поставлен в берлинской опере со всей немецкой серьезностью.* Серьезность можно считать внешним проявлением эмоциональной сдержанности, которая, как отмечают российские СМИ, также отчетливо выделяется в немецком национальном характере. Ср.: 24. *Сдержанная по своему северогерманскому менталитету публика спокойно внимала аргументам Меркель.* Необходимо отметить, что стереотип «немецкая сдержанность» не вызывает негативного отношения в российском сознании, это подтверждается нейтральным эмоциональным тоном высказываний, отраженных в примерах.

Каждая нация славится определенной приверженностью к каким-либо вещам. «Макаронниками» слывут итальянцы, «лягушатниками» – французы. Немцам за мировым столом отведена роль любителей пива и сосисок (колбасы). 25. *Президента Путина принимали в Баварии, знаменитой пивом, колбасками, телефонами Siemens и автомобилями BMW.* 26. *Однако этой возможной победы в субботу тоже очень ждут, хотя отмечать ее тоже будут не по-настоящему и как-то*

не по-немецки – болельщики в земле Баден-Вюртемберг скорее будут пить вино, а не пиво.

По достаточно большому количеству языковых единиц, используемых в российской прессе для выражения любви немцев к автомобилям, можно сделать вывод о том, что это также является важной чертой в образе Германии, создаваемом СМИ. К тому же, в автомобильном бизнесе немцы зарекомендовали себя достаточно высоко. Германия – родина всемирно известных марок автомобилей «Мерседес», «БМВ», «Порше», «Фольксваген», ставших символами комфорта, стиля, высочайшего качества. Для самих немцев автомобили – предмет национальной гордости и любви, что и подчеркивается российскими медиатекстами. Ср.: 27. *Тем более, что «Мерседес» – своего рода символ ФРГ – производит компания «ДаймлерКрайслер».* 28. *Местные жители снисходительно объясняют туристам, что Штутгарт – город с собственной гордостью. Кроме лучшего вина в Германии, здесь делают автомобили «Мерседес» и «Порше».*

Стереотипные представления о немцах как о любителях путешествий находятся на периферии журналистской картины мира российских СМИ и не относятся к числу широко тиражируемых. Ср.: 29. *Ведь немцы – большие любители путешествий.* 30. *«Ахтунг, битте!» – если здесь отдыхают немцы, то, значит, ехать в эти места неправильно.* Приведенные примеры способствуют формированию еще одного стереотипа о немцах, смысл которого сводится к тому, что если немец наслаждается путешествием, то его соседи по пляжу или гостинице полностью лишаются подобного удовольствия.

Заключение

Проведенный анализ показал, что медийный образ Германии складывается из следующих представлений: «Германия – это сильная держава», «Германия – это богатая страна», «Германия – это воинственная страна», «Германия – это страна хорошего образования», «Немецкий – значит хорошего качества», «Немцы испытывают чувство вины за Вторую мировую войну», «Немцы – народ дисциплинированный», «Немцы трудолюбивы», «Немцы практичны», «Немцы аккуратны», «Немцы серьезные», «Немцы питают слабость к пиву, сосискам», «Немцы одержимы любовью к автомобилям» и «Немцы – любители путешествий». Выявленная этноспецифика образа Германии в российской медиакартине мира обусловлена контекстом межнациональных отношений и несовпадением ценностных ориентиров, характерных для различных национальных менталитетов; некоторые стереотипные представления были зафиксированы в языковой картине мира задолго до всеобщей глобальной медийности, другие были порождены медиатекстами.

ЛИТЕРАТУРА

- Кубрякова, Е.С., Демьянков, В.З., Панкрац, Ю.Г., Лузина, Л.Г. 1996: *Краткий словарь когнитивных терминов.* М.
Платонов, Ю.П. 2007: *Психология национального характера.* М.
Чудинов, А.П. 2006: *Политическая лингвистика: учеб. пособие.* М.

- Lakoff, G. 1987: *Women, fire and dangerous things. What categories reveal about the mind.* Chicago–London.
- Quasthoff, U. 1978: The uses of stereotype in everyday argument. *Journal of pragmatics* 2, 1–48.
- Tajfel, H. 1981: Human groups and social categories. *Studies in social psychology.* Cambridge.

REFERENCES

- Chudinov, A.P. 2006: *Politicheskaja lingvistika: ucheb. posobie.* Moscow.
- Kubryakova, E.S., Dem'jankov, V.Z., Pankrac, Ju.G., Luzina, L.G. 1996: *Kratkij slovar' kognitivnyh terminov.* Moscow.
- Lakoff, G. 1987: *Women, fire and dangerous things. What categories reveal about the mind.* Chicago–London.
- Platonov, Ju. P. 2007: *Psihologija nacional'nogo haraktera: ucheb. posobie dlja stud. vyssh. ucheb. zaved.* Moscow.
- Quasthoff, U. 1978: The uses of stereotype in everyday argument. *Journal of pragmatics* 2, 1–48.
- Tajfel, H. 1981: Human groups and social categories. *Studies in social psychology.* Cambridge.

THE IMAGE OF GERMANY IN RUSSIAN MEDIA WORLDVIEW

Elena E. Koptyakova

Surgut State University, Russia,
koptyakova71@mail.ru

Abstract. The article under consideration characterizes national stereotypes, constituting the image of Germany and Germans in Russian media worldview. The material of the research is based on Russian media texts (2001–2008), containing judgments that represent Germany and Germans.

The author analyses verbal representations of ethnic stereotypes in media texts, identifies positive or negative connotations alongside with the emotional tone of the utterances, assesses evaluative attitudes of addressants. The results of the research makes it possible to single out ethnic stereotypes of Germany in Russian media worldview. Conventional, generalized and even controversial as they may be, ethnic stereotypes (national stereotypes) have been chosen as a research object due to their ability to keep unmotivated features of reality. Unlike myths, rituals and traditions, they are hidden from “outsiders”, they reflect national mentality. Owing to its large scale and influential power mass media are one of the most important resources of creation and distribution of various kinds of stereotypes, including national ones.

The analysis undertaken has made it possible to single out the most widely spread stereotypes of Germany existing in Russian media: “Germany is a strong state”, “Germany is a rich state”, “Germany is a militaristic country”, “Germany is a country of a good education”, “made in Germany means good quality”, “Germans feel guilty for World War II”, “Germans are disciplined”, “Germans are industrious”, “Germans are practical”, “Germans have a reputation for neatness”, “German are serious”, “Germans are fond of beer and sausages”, “Germans have a passion for cars”, “Germans enjoy travelling”.

Key words: image, Germany, national stereotype, ethnic stereotype, media worldview



ПОЛИТИЧЕСКАЯ АТМОСФЕРА В МАГНИТОГОРСКЕ 1930-х гг., СВЯЗАННАЯ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ НА СТРОИТЕЛЬСТВЕ ММК НЕМЕЦКИХ РАБОЧИХ И СПЕЦИАЛИСТОВ

Н.В. Чернова

*Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова,
Магнитогорск,
nina_chernova@mail.ru*

Аннотация. В статье поднимаются вопросы политической включенности немецких рабочих и специалистов в строительство социалистического государства на примере города Магнитогорска. Анализируются политические предпочтения разных социальных категорий немецких эмигрантов: фирменных, валютных и безвалютных специалистов, рабочих, политэмигрантов. Лишь половина немецких эмигрантов в Магнитогорске были партийными, еще часть можно отнести к сочувствующим. Остальные же были аполитичны. Поэтому процесс пребывания столь значительной, в какой-то степени инородной, группы в строящемся городе общесоюзного значения требовал существенной политической работы. Разбираются судьбы разных представителей политической пропаганды: энтузиастов и профессиональных агитаторов. Вовлечение немецких рабочих и специалистов в политическую работу всецело проходило через экономические рычаги. Политические и экономические составляющие очень тесно переплетались, что было вполне закономерно: сами понятия «ударник», «стахановец», «рационализаторское предложение» или «рационализатор» амбивалентны. Уделено внимание различным формам политической работы с немецкими рабочими и специалистами: средства связи, печать, собрания, привлечение к партийным чисткам, проходившим в Магнитогорске. Процесс приобщения к социалистической идеологии непременно наталкивался на экономическую (бытовую) составляющую пребывания немцев в строящемся Магнитогорске. Впрочем, и сама политработа с иностранным контингентом была не на высоте: помимо организационной сумятицы существовала еще одна ключевая проблема: языковой барьер. До конца изжить все проблемы в деле политработы не удалось, что стало одной из причин отъезда даже лояльных к коммунистической партии немцев на Родину.

Ключевые слова: Магнитогорск, эмигрант, политический эмигрант, СССР, пропаганда, индустриализация, Соцгород, иностранный рабочий

Введение

В большинстве современных исследований авторы останавливаются на экономических¹ и социальных особенностях пребывания иностранных рабочих и

Чернова Нина Викторовна – кандидат исторических наук, доцент кафедры Всеобщей истории Магнитогорского государственного технического университета им. Г.И. Носова. E-mail: nina_chernova@mail.ru

¹ Макарова 2015, 115–127; Стародубова 2015, 345–351.

специалистов в СССР в 1930-е гг.², в то время как не менее важной является и политическая составляющая иноэмиграции.

Немецкие рабочие и специалисты на Магнитострое трудились с 1931 г. Мотивы, заставившие их приехать в Магнитогорск, экономические и социальные условия проживания, компетентность и квалификация, профессии и опыт были различны. В связи с этим среди немецких иноэмигрантов можно выделить фирменных, валютных и безвалютных специалистов, рабочих и политэмигрантов. Разными были и их политические воззрения. Все фирменные и валютные немецкие специалисты, за очень редким исключением, были аполитичны, т. е. не состояли ни в какой партии. Безвалютные немецкие трудовые иммигранты, получившие тем не менее статус специалиста, находились в Магнитогорске более длительное время. Это заставляло их в большей степени интересоваться жилищными, продовольственными, медицинскими, правовыми, а также политическими вопросами³.

Рабочие были самой многочисленной группой немецких эмигрантов, экономически наиболее заинтересованных в получении работы в стране Советов. Одной из причин их приезда в Советский Союз было желание своими глазами увидеть государство, где была установлена диктатура пролетариата и, по возможности, поучаствовать в его строительстве. Только половина немецких рабочих, приехавших в Магнитогорск, имела партийный стаж. Это были в основном члены Коммунистической партии Германии (КПГ) и Коммунистической партии Чехословакии (КПЧ), со стажем в 2–3 года, хотя были и исключения. Например, Франц Гейдрих и Ганс Гартман состояли в КПЧ и в КПГ соответственно с 1920 г. Кроме того, некоторые немецкие рабочие уже поколесили по Советскому Союзу до приезда в Магнитогорск и были кандидатами в ВКП(б) или членами ВЛКСМ.

Особую группу составляли немецкие политэмигранты⁴. Они приезжали в Советский Союз и Магнитогорск прежде всего по идеологическим причинам. Из всех прибывших в Магнитогорск политэмигрантов 50% были членами КПГ, обычно со стажем 8–10 лет, 40% из них состояли в ВКП(б) или ВЛКСМ.

Нахождение значительной инородной группы эмигрантов в строящемся городе общесоюзного значения требовало постоянной политической работы. Она была организована ИНО Магнитостроя при участии самих иностранцев. Но советские политработники не знали немецкого языка, а иностранные не владели русским, что вело к частой смене политработников⁵. Тем не менее политработу в Магнитогорске среди немецких рабочих и специалистов наладить все же удавалось. Ярким примером может служить деятельность Вальтера Рудольфа и Рудольфа Кеглера. Первый из них – рабочий-энтузиаст, второй – профессиональный политработник.

Немецкий гражданин Вальтер Рудольф попал в СССР в 31 год. Кризисное положение хозяйства и промышленности в Германии в 1930 и 1931 гг. заставили молодого рабочего покинуть родину, семью (жену и 8-летнего ребенка) в поисках работы и лучшей жизни. Заключив в Берлине договор с Торговым представительством СССР, В. Рудольф направился на Магнитострой. Проехав Дрезден, Берлин, Варшаву, он наконец с другими иностранными рабочими достиг Москвы. Будучи

² Чернова 2012, 387–399; Стародубова 2015, 174–181.

³ Чернова 2014, 42–43; Макарова, Чернова 2014, 174–183.

⁴ Чернова 2015, 167–174.

⁵ МУ МГА. Ф. 99. Оп. 8. Д. 241. Л. 2

членом КПГ, Вальтер воспринимал «Красную Москву» как олицетворение новой жизни. С восторгом рассказывал В. Рудольф в одном из своих выступлений «Дашь домны в срок!» о посещении Красной площади. Революция, имя Ленина имели для него особое значение. Отсюда благоговейное отношение к СССР: «Я видел место вечного покоя наиболее любимого человека, рулевого пролетариата – Ленина. Вокруг <...> бьет уже ключом новая жизнь»⁶. В этих словах ощущается надежда быть сопричастным к новой жизни.

Через Москву и Свердловск 18 октября 1931 г. В. Рудольф прибыл в Магнитогорск. Первое впечатление от нового места работы не было радостным. Старая кузница, в которой Вальтеру предстояло работать в качестве кузнеца, не соответствовала его ожиданиям, ибо не была соответственно оснащена. Однако, несмотря на затруднения, немецкий рабочий отмечал, что «в старой кузнице была проделана большая работа». Новую кузницу пришлось ждать полтора года. С первых дней работы в Магнитогорске В. Рудольф полностью окунулся в социалистическое строительство, стал жить идеей строительства светлого будущего и все, что происходило вокруг, находило в нем отклик. У него вызывало досаду, что не все рабочие в его цехе сознательно относятся к своей работе, поэтому он взял обязательство «разбудить сознание» у этих людей. Кроме того, в 1932 г. он внес три рационализаторских предложения к 15-й годовщине Октябрьской революции.

С 1 марта 1933 г. В. Рудольфа перевели из Кузнечного цеха в Управление Ремонтного завода на должность технолога. На новом месте он получал одобрительные отзывы. В характеристиках его называют «ударником» и «активным общественником». Он охотно сотрудничал с редакциями газеты «МР» и радио, выступал на различных собраниях. В частности, В. Рудольфу принадлежит статья «Трехлетие работы иностранных рабочих и специалистов в Магнитогорске», которая была написана в духе советской идеологии. Подытоживая наработанное и ставя цели на будущие достижения, В. Рудольф указывал на международное значение индустриализации в СССР: «на сегодняшний день Советский Союз является уже единственной страной, где нет кризиса и безработных <...> Мощь Советского Союза заставила капиталистические государства пригласить Советский Союз в Лигу Наций. Советский Союз является единственным социалистическим государством, которое может поддерживать мир, которому некоторые государства угрожают»⁷.

Говоря о дальнейшей карьере В. Рудольфа в Магнитогорске, следует сказать, что не все было гладко. Мечты, чаяния и надежды на построение социализма в стране Советов разрушились о бытовые трудности и разницу менталитетов. Кроме того, самой существенной проблемой продолжало оставаться незнание русского языка. Проработав на Магнитострое почти пять лет, В. Рудольф, так и не вписавшись в новую жизнь. Он продолжал рассуждать скорее в рамках рыночных отношений, ожидал, что за хорошо проделанную работу будет определенное вознаграждение. Поэтому в его заявлениях порой слышалось легкое недоумение, почему он, больной человек, выполнявший поставленный перед ним план, не получал возможность курортного лечения. Почему он, иностранный специалист, работавший по договору и имевший право на получение части заработка в валюте, до сих пор ее не мог получить? Полностью поддержав идеи социализма и коммунизма,

⁶ МУ МГА. Ф. 99. Оп. 8. Д. 531. Л. 14

⁷ МУ МГА. Ф. 99. Оп. 8. Д. 531. Л. 70–71

В. Рудольф старался осуществить их в трудовой практике и, как правило, получал очень высокие отзывы. Однако бытовые вопросы он решал чаще как коммерсант, что в свою очередь вызывало недовольство коллег и даже приводило к товарищеским судам. В. Рудольфу так и не удалось перестроить свое видение социализма и совместить его с реальной действительностью, поэтому, в конце концов, он был вынужден уехать обратно в Германию.

Несколько иначе сложилась в Магнитогорске политическая карьера Р. Кеглера. Немец, подданный Чехословакии, Рудольф Кеглер прибыл в СССР 15 сентября 1926 г., где получил вид на жительство и прошел обучение в Коммунистическом высшем учебном заведении. Спустя пять лет он был командирован в Магнитогорск. С 11 февраля 1932 г. в должности «групповой агент ЦК», член партгруппы, инструктор среди иностранцев он работал в Горкоме. Его активная деятельность приходится на лето 1932 г. – осень 1933 г.

Уже первые выступления и публикации Р. Кеглера в Магнитогорске свидетельствуют о его профессиональной подготовке. Пробыв на всесоюзной стройке полгода, оценив ситуацию, вникнув в работу, в июле 1932 г. он высказывает свои пожелания магнитогорским партийным и профсоюзным организациям в своей работе «Больше внимания работе профсоюзов среди иностранных рабочих и специалистов»⁸. Выводы Р. Кеглера были неутешительны, он сетовал на то, что до иностранных рабочих и специалистов не доводится необходимая информация в должном объеме⁹. По словам Р. Кеглера, последнее профсоюзное собрание среди иностранных рабочих и специалистов свидетельствует о неудовлетворительной работе профсоюзов, на что следует обратить внимание общественности.

Детально разбирая основания несостоявшихся, но столь необходимых собраний, Р. Кеглер называл несколько причин. Во-первых, это слабая организационная работа: «В магнитогорских условиях очень трудно собрать многочисленное собрание, если о нем сообщают только за 1–2 дня, как это было в данном и в предыдущих случаях. Еще одной причиной является то, что в один вечер назначают по 2–3 собрания»¹⁰. Впрочем, это не означало, что «ведется большая работа <...> это показывает на слабую организационную работу среди инорабочих и специалистов»¹¹. Второй причиной Р. Кеглер называет недостаточный профессионализм и неподготовленность докладчиков¹². В результате проведенного анализа ситуации Р. Кеглер пришел к не совсем удобному для администрации выводу: «Для того, чтобы получить более активное сотрудничество наших иностранцев, необходимо <...> вести работу в этой области с большим вниманием и ответственностью, а не назначать собрания только для того, чтобы подвести итог, что сделана работа среди иностранцев»¹³.

Критике Р. Кеглера подверглась не только работа профсоюзов с иностранными рабочими и специалистами в Магнитогорске. Не менее критично он отзывался об организации заседания секции ИТР Соцгорода вместе с представителями секции ИТС рабочих-металлургов, проходившего 4 июля 1932 г. В частности критике

⁸ МУ МГА. Ф. 99. Оп. 8. Д. 314. Л. 3–4

⁹ МУ МГА. Ф. 99. Оп. 8. Д. 314. Л. 3–4

¹⁰ МУ МГА. Ф. 99. Оп. 8. Д. 314. Л. 4

¹¹ МУ МГА. Ф. 99. Оп. 8. Д. 314. Л. 4

¹² МУ МГА. Ф. 99. Оп. 8. Д. 314. Л. 3

¹³ МУ МГА. Ф. 99. Оп. 8. Д. 314. Л. 3

подвергся доклад начальника строительства Соцгорода Чернопятава, в котором говорилось, что строительство находится в критическом положении и если извне, т. е. высшие инстанции не помогут, то программа строительства на 1932 г. полностью потерпит крушение¹⁴. У политработника было свое видение ситуации. Он предлагал обратить внимание на «ненормальное положение, существующее в управлении Соцгорода и на самих участках строительства». По его мнению, магнитогорцы должны были обратить внимание на «отсутствие системы соцсоревнования и ударничества, отсутствие производственных совещаний и невыполнение простейших рационализаторских предложений»¹⁵ и предоставить иностранным рабочим лучшие жилищные условия, чем деревянные бараки.

Р. Кеглер вернулся в Москву. Однако нельзя сказать, что ему удалось наладить политработу в Магнитогорске с немецкими рабочими и специалистами. Все так же основной проблемой оставался языковой барьер, хотя попытки включения немцев в общественную жизнь предпринимались и далее.

Вовлечение немецких рабочих и специалистов в политическую работу всецело проходило через экономические рычаги. Политические и экономические составляющие очень тесно переплетались. Это было вполне закономерно. Ведь даже сами понятия «ударник», «стахановец», «рационализаторское предложение» или «рационализатор» включали в себя одновременно экономическую и политическую составляющие.

Многие немецкие рабочие числились ударниками. У ряда немецких рабочих партийные дела были переданы Коминтерну для перевода в партию большевиков. Кроме того, немецких рабочих нередко привлекали к участию в «партийных чистках», проводившихся в Магнитогорске. Например, Иосиф Карась и Отто Колла в 1933 г. участвовали в партийной чистке руководства ресторана Инснаба и в других мероприятиях по приглашению русской партийной организации. Иностранцы отмечали, что «собрания были многолюдными. Большинство публики состояло из беспартийных. Чистку проходили товарищи, состоявшие с 1917–1918 гг. в партии»¹⁶. С особой «безжалостною строгостью вскрывались все преступления отдельных ответственных руководителей, состоящих членами ВКП(б), и эти проступки клеймились. Наиболее позорным приговором для проходящего чистку является исключение из рядов партии»¹⁷. При этом немцы отмечали «серьезность и деловитость комиссии по чистке». Интересен вывод, к которому приходят иностранцы, наблюдавшие за процессом партийной чистки. Они считали, что «чистка освобождает партию от всей мякины и чуждых примесей. Многие недостойные элементы, состоявшие в партии ради партийного билета, выпадают. Данные мероприятия усиливают доверие рядов беспартийных рабочих к партии, являющейся авангардом рабочего класса»¹⁸. Следовательно, их проведение «является необходимым и правильным. Лишь таким образом большевистская партия может под широким контролем рабочих масс очистить и цементировать свои ряды»¹⁹.

¹⁴ МУ МГА. Ф. 99. Оп. 8. Д. 314. Л. 5

¹⁵ МУ МГА. Ф. 99. Оп. 8. Д. 314. Л. 5

¹⁶ МУ МГА. Ф. 99. Оп. 8. Д. 258. Л. 23

¹⁷ МУ МГА. Ф. 99. Оп. 8. Д. 248. Л. 23

¹⁸ МУ МГА. Ф. 99. Оп. 8. Д. 248. Л. 23

¹⁹ МУ МГА. Ф. 99. Оп. 8. Д. 258. Л. 23

По мнению И. Карася, «никакая другая “именующая себя рабочей партией” партия не выдержала бы такого испытания. Если социал-демократическая партия хотела бы подвергнуться подобной чистке, то это было бы равносильно роспуску партии»²⁰.

Между тем эмоциональные всплески и чаяния на лучшую жизнь в стране Советов часто разбивались о бытовые проблемы, существовавшие в строящемся городе и государстве. Если по приезду в Магнитогорск некоторые немцы указывали в анкетах, что хотят остаться в СССР, то по прошествии одного – двух лет это желание у них пропадало. Так, Альфред Венигер уехал спустя год по окончании договора; Карл Будак и Рудольф Елинок не доработали двухлетний срок по договору, уехали в отпуск и не вернулись; Максим Иво не выдержал в Магнитогорске и года.

Причины смены настроения были разные: от слишком маленькой заработной платы до невозможности изменить порядок работы, отладить ее по германским меркам. В то же время такие изменения в лояльности немецких рабочих говорят о том, что политическим органам и средствам пропаганды не удалось должным образом наладить работу среди немцев. Даже изначально просоветски настроенные инорабочие часто разочаровывались в существующем положении вещей и уезжали обратно на родину.

Заключение

Таким образом, в Магнитогорске в 1930-е гг. пребывало значительное количество немецких специалистов и рабочих с разными политическими пристрастиями и неоднозначным отношением к стране, в которую они приехали работать. Чтобы включить их в общую рабочую атмосферу строительства администрации комбината и города стремились вовлечь иностранцев в политическую работу. Однако приобщение к социалистической идеологии непременно наталкивалось на экономическую (бытовую) составляющую пребывания немцев в строящемся Магнитогорске, а сама политработа с иностранным контингентом была далека от совершенства. Помимо организационной сумятицы, существовала еще одна ключевая проблема – языковой барьер. Все это привело к тому, что даже лояльные к коммунистической партии немцы возвращались на родину.

ЛИТЕРАТУРА

- Макарова, Н.Н. 2015: «Новый человек» на Магнитострое: повседневность и мотивация труда (1929–1941). *ПРИ: Социалистический город и социокультурные аспекты урбанизации*. Магнитогорск, 115–127.
- Макарова, Н.Н., Чернова, Н.В. 2014: Советские граждане и иностранные специалисты: социально-бытовые условия в новом индустриальном центре (по материалам Магнитогорска 1930-х гг.). *ПИФК* 4 (46), 174–183.
- Стародубова, О.Ю. 2015: Деятельность рабочих корреспондентов г. Магнитогорска в годы Великой Отечественной войны. *ПИФК* 4 (50), 174–181.

²⁰ МУ МГА. Ф. 99. Оп. 8. Д. 248. Л. 23

- Стародубова, О.Ю. 2015: Студенческая жизнь г. Магнитогорска в годы Великой Отечественной войны. *ПРИ: Социалистический город и социокультурные аспекты урбанизации*. Магнитогорск, 345–351.
- Чернова, Н.В. 2012: «Они ожидали, что найдут работу и жизненные блага...»: экономические особенности пребывания немецких рабочих и специалистов в строящемся Магнитогорске. В сб.: *Мобилизационная модель экономики: исторический опыт России XX века: II всероссийская научная конференция «Мобилизационная модель экономики: исторический опыт России XX века», состоявшейся 23–24 ноября 2012 г. в Челябинском гос. ун-те*. Челябинск, 387–399.
- Чернова, Н.В. 2014: Проблемы обеспечения продовольствием немецких рабочих и специалистов на Магнитострое. В сб.: *Современные тенденции в науке и образовании*. М., 42–43.
- Чернова, Н.В. 2015: Немецкие политические эмигранты в Магнитогорске в 1930-е гг. *ПИФК* 4 (50), 167–174.

REFERENCES

- Chernova, N.V. 2012: «Oni ozhidali, chto naydut rabotu i zhiznennyye blaga...»: ekonomicheskie osobennosti prebyivaniya nemetskih rabochih i spetsialistov v stroyaschemsya Magnitogorske. In: *Mobilizatsionnaya model ekonomiki: istoricheskiy opyt Rossii XX veka: II vseros. nauch. konferentsii «Mobilizatsionnaya model ekonomiki: istoricheskiy opyt Rossii XX veka», sostoyavsheysya 23–24 noyabrya 2012 g. v Chelyabinskoy gos. un-te*. Chelyabinsk, 387–399.
- Chernova, N.V. 2014: Problemy obespecheniya prodovolstviem nemetskih rabochih i spetsialistov na Magnitostroe. In: *Sovremennyye tendentsii v nauke i obrazovanii*. Moscow, 42–43.
- Chernova, N.V. 2015: Nemetskie politicheskie emigranti v Magnitogorske v 1930-e gg. *Problemy istorii, filologii, kultury* 4 (50), 167–174.
- Makarova, N.N. 2015: «Novyy chelovek» na Magnitostroe: povsednevnost i motivatsiya truda (1929–1941). *Problemy rossiyskoy istorii: Sotsialisticheskiy gorod i sotsiokulturnyye aspekty urbanizatsii*. Magnitogorsk, 115–127.
- Makarova, N.N., Chernova, N.V. 2014: Sovetskie grazhdane i inostrannyye spetsialisty: sotsialno-byitovyye usloviya v novom industrialnom tsentre (po materialam Magnitogorska 1930-h gg.). *Problemy istorii, filologii, kultury* 4 (46), 174–183.
- Starodubova, O.Yu. 2015: Deyatel'nost rabochih korrespondentov g. Magnitogorska v gody Velikoy Otechestvennoy voyny. *Problemy istorii, filologii, kultury* 4 (50), 174–181.
- Starodubova, O.Yu. 2015: Studencheskaya zhizn g. Magnitogorska v gody Velikoy Otechestvennoy voyny. *Problemy rossiyskoy istorii: Sotsialisticheskiy gorod i sotsiokulturnyye aspekty urbanizatsii*. Magnitogorsk, 345–351.

POLITICAL ATMOSPHERE IN MAGNITOGORSK 1930S., RELATED TO
THE USE FOR THE CONSTRUCTION OF MMK GERMAN WORKERS AND
SPECIALISTS

Nina V. Chernova

Magnitogorsk State Technical University, Russia,
nina_chernova@mail.ru

Abstract. In the article questions of a political inclusiveness of the German workers and specialists in construction of the socialist state on the example of the city of Magnitogorsk are

brought up. Political preferences of different social categories of the German emigrants are analyzed: corporate, currency and currency-free specialists, workers, political emigrants. Only a half of the German emigrants in Magnitogorsk were party, still the part can be carried to sympathizers. The others were apolitical. Therefore the process of staying so considerable, to some extent alien, group in the city of all-union value under construction required essential political work. Destinies and work of different representatives of political propaganda and promotion are examined: enthusiasts and professional propagandists. Involvement of the German workers and specialists in political work entirely passed through economic levers. Political and economic components very closely intertwined that was quite natural: the concepts “udarnik”, “Stakhanovets”, “improvement suggestion” or “rationalizer” were ambivalent. The attention is paid to various forms of political work with the German workers and specialists: means of communication, the periodical press, meetings, bringing to the party purges that took place in Magnitogorsk. The process of exposure to socialist ideology certainly encountered economic (household) component of the stay of the Germans in Magnitogorsk. However, and the work with foreign students was not satisfactory: in addition to organizational turmoil, there was one key problem: the language barrier. Up to the end it was not successful to get rid of all problems in political work that became one of the departure reasons for even loyal to communist party Germans.

Keywords: Magnitogorsk, emigrant, political emigrant, USSR, propaganda, industrialization, Socialist town, foreign worker



НЕМЕЦКИЕ КОЛОНИСТЫ И ВОЕННОПЛЕННЫЕ В МАГНИТОГОРСКЕ. 1930-е – 1950-е гг.

Н.Н. Макарова

*Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И.Носова,
Магнитогорск,
makarovanadia@mail.ru*

Аннотация. Обострение политической, конфессиональной либо этнической ситуаций и возникновение конфликта делают чрезвычайно актуальной проблему изучения «образа врага». Эпоха 1930–1950-х гг. характеризовалась формированием картины вражеского окружения, в котором жил советский человек. Магнитогорцы на протяжении этого периода были вынуждены жить бок о бок с тем самым «врагом», о котором так активно сообщала советская пропаганда. Очевидность конфронтационной среды, насаждаемой официальной идеологией, соседствовала с необходимостью искать разнообразные средства преодоления конфликтного существования между местным населением и «врагом». Инструменты формирования «образа врага» часто оказывались бессильны перед некоторыми субъектами восприятия «чужого». Речь, прежде всего, идет о населении, которое в силу разнообразных причин непосредственно сталкивалось с «врагом». Иностранная колония в Магнитогорске проживала с 1930 по 1937 гг., а контингент военнопленных присутствовал в городе с 1944 по 1950 гг. Динамичность «образа врага» зависела от множества факторов: удаленность от «врага», уровень образования, пол, возраст, наличие непосредственных контактов с врагом. Сам «враг» также не был статичен. Все это и формировало совокупный «образ врага». Магнитогорец имел возможность сформировать официально-пропагандистское, профессионально-служебное и личностное (бытовое) представление о враге. Таким образом, образ внешнего «врага» в Магнитогорске складывался под влиянием официальной пропаганды; в результате длительного присутствия на территории города иностранцев; в силу личного субъективного опыта общения с «врагом», удаленности Магнитогорска от линии фронта, отсутствия прямого негативного опыта оккупации и общего невысокого уровня культуры населения нового индустриального центра.

Ключевые слова: история, образ врага, конфронтация, способы преодоления конфликтов, Магнитогорск, иностранная колония, военнопленные

Введение

В многообразных общественных отношениях и общественных движениях проблема «врага» традиционно является актуальной, а «образы врага» изучаются учеными историками, политологами, социологами и т. д. Обострение политиче-

Макарова Надежда Николаевна – кандидат исторических наук, доцент кафедры Всеобщей истории Магнитогорского государственного технического университета им. Г.И.Носова. E-mail: makarovanadia@mail.ru

ской, конфессиональной либо этнической ситуаций и возникновение конфликта делают чрезвычайно актуальной проблему изучения «образа врага», особенностей его формирования, эволюции на разных исторических этапах и в различных социально-политических контекстах. Историография «образа врага» крайне разнообразна. Историки обращались к его изучению на материалах XIX в. Значительный объем исследований посвящен образу врага в годы Первой мировой, русско-японской, Великой Отечественной войн¹. Исследовался также «враг» внутри государства: «враг народа» и «вредитель»². Историки рассматривали теоретические проблемы понятия «образ врага» и исследовали непосредственно этот образ на основе разнообразных исторических источников³. Отдельный пласт исследований представляют работы, посвященные образу врага в карикатурах и в других произведениях искусства⁴.

Изучение процесса формирования образа врага в городе Магнитогорске на протяжении длительного исторического периода (с начала 1930-х гг. до начала 1950-х гг.) видится нам вполне актуальным по следующей причине. Магнитогорск на том историческом отрезке времени представлял собой уникальный город в масштабах Советского Союза. Он являлся крупнейшим промышленным центром, созданным в период форсированной индустриализации в полном объеме по отношению к заявленным планам. Кроме того, в Магнитогорске на протяжении всего исследуемого периода практически непрерывно проживали иностранцы. Первоначально это были иностранные специалисты, прибывшие по индивидуальным или по коллективным договорам на строительство промышленного гиганта черной металлургии. В ходе Великой Отечественной войны и по ее окончании на территории Магнитогорска проживали военнопленные.

В 1930 – 1950-е гг. в СССР шло активное формирование и тиражирование образа врага как внешнего, так и внутреннего. Причины такой политики со стороны государства неоднократно анализировались историками и, по нашему мнению, довольно хорошо обобщены в многочисленных статьях и сборниках научных трудов. Мы же преследуем цель поставить проблему сосуществования советского населения с тем самым «врагом», о котором с такой страстью сообщала советская пропаганда. Уникальной была ситуация необходимости соседства и сотрудничества с «врагом», оказания помощи «врагу». Очевидность конфронтационной среды, насаждаемой официальной идеологией, соседствовала с необходимостью искать разнообразные средства преодоления конфликтного существования между местным населением и «врагом». Этот «враг» был не мифическим, не карикатурным, а вполне реальным, живущим в соседнем бараке.

Картина мира «мы – трудящиеся, они – эксплуататоры», созданная В.И. Лениным еще в 1917 г., была основана на противопоставлении «свой – чужой», что в конечном итоге и формирует «образ врага». Последний выступает как разновидность социально-политического мифа, основанного на эгоистичном интересе и стремлении расширить влияние⁵. Врагом в зависимости от политической

¹ Лукьянов 2010; Голубев 2008.

² Макарова 2010, 100–108; Годунов 2015, 104–112.

³ Сдельников 2011; Сенявский 2006; Козырев 2008.

⁴ Костров 2015, 60–67; Макаров 2013, 160–163.

⁵ Гудков 2005, 11.

конъюнктуры оказывались то англичане, то японцы, то немцы. Мобилизационные механизмы и пропагандистская машина СССР сформировали необходимые установки у населения по отношению к внешнему «врагу». Российский социолог Л. Гудков отмечал, что «образ врага» представляет собой фактор, мобилизующий членов общества к солидарности и сплоченности⁶. Однако «чужое» воспринимается по-разному, в зависимости от конкретной ситуации. Ключевым фактором является готовность восприятия: от интереса и любопытства до безразличия и отторжения. В основном отношение к «чужому» настороженное, перерастающее в негативное. Ситуация опасности, исходящая от «чужого», образует социокультурный контекст, в котором формируется «образ врага». Историк Е.В. Сениявская характеризует «образ врага» как проблему восприятия противника, отношение к которой является частью более широкой историко-психологической проблематики «мы и они», «свой – чужой»⁷. «В пределах вооруженного конфликта проблема обостряется до предела, выступая в гипертрофированных формах <...> – отмечает Е.В. Сениявская, – расплывчатый образ оборачивается вполне конкретными проявлениями несчастий, происходящими от чужого»⁸. Но когда враг оказывается не на поле боя, а в мирном тыловом социуме, социокультурный контекст не способствует поддержанию «образа врага» и созданные имажемы в представлениях населения начинают трансформироваться.

Инструменты формирования «образа врага» бывают бессильны перед некоторыми субъектами восприятия «чужого». Речь, прежде всего, идет о населении, которое в силу разнообразных причин непосредственно сталкивается с «врагом». Иностранная колония в Магнитогорске проживала с 1930 по 1937 гг. Численность иностранцев в городе постоянно колебалась. Уровень образования, квалификация, мотивы, по которым приезжали иностранцы в Магнитогорск, условия жизни и труда в городе были различными. Перечисленные критерии можно принять за основу деления иностранцев на две категории. Первая группа – это высококвалифицированные специалисты, получавшие зарплату валютой, работавшие в основном по договорам, заключенным с фирмами, зачастую занимавшие руководящие должности на предприятии; вторая группа – иностранные рабочие и специалисты, приехавшие в СССР добровольно, по рекомендациям компартий своих стран, работавшие на основе индивидуальных договоров по специальности, востребованной на конкретном предприятии, в основном в связи с ростом безработицы и экономическими проблемами в европейских странах.

Советская пропаганда в 1920–1930-е гг. изображала иностранца, лишенным всяких человеческих черт. В советской пропагандистской модели использовались особые механизмы языкового манипулирования, отличительными признаками которого выступали смысловая неопределенность, мифологизация и театральность. Такие признаки часто встречаются на страницах газет. Так, в «Магнитогорском рабочем» можно было прочитать: «Собакам – собачья смерть»; «Гадам нет места на нашей земле»; «Фашистские пираты» и т. п. Данную риторику поддерживали визуальные изображения, в частности, карикатуры, изображавшие милитаристские устремления Германии и Японии, попустительство Швейцарии, Бельгии, Ве-

⁶ Гудков 2005, 15.

⁷ Сениявская 2006, 52.

⁸ Сениявская 2006, 62.

ликобритании по отношению к фашизму и т. д. Так, 15 июля 1935 г. газета «Борьба за металл» на первой полосе поместила карикатуру «Баланс голода»⁹. Такая карикатура на страницах магнитогорской газеты выглядела как очередная победа над капиталистами, ибо именно в 1935 г. в СССР происходил постепенный отказ от карточек. В Магнитогорске, в частности, ситуация со снабжением стабилизировалась, а качество питания магнитогорцев улучшилось. Именно в это время в городе проживали иностранцы «из вражеских» стран. Отношение к ним со стороны местного населения было неоднозначным.

Динамичность «образа врага» объяснялась множеством факторов: степенью удаленности от «врага», уровнем образования, полом, возрастом магнитогорцев, наличием непосредственных контактов с «врагом» и т. п. Сам «враг» также не был статичен. Все это и формировало совокупный «образ врага». Итак, каким же представлялся «враг» непосредственно в Магнитогорске, где население было пестрым по социальному, половозрастному, этническому составу? Уровень грамотности горожан в среднем был невысоким, а пропаганда действовала активно, создавая привлекательный имидж крупного промышленного центра Советского Союза в масштабах страны и мира и формируя образ «нового советского человека». Значимым фактором в восприятии «врага» в Магнитогорске было то, что «враг» с разрешения партии и государства прибыл на строительство города и получал больше привилегий и льгот, чем советские люди. Магнитогорец имел реальную возможность сформировать не только официально-пропагандистское представление о враге, но и профессионально-служебное и даже личностное (бытовое). В воспоминаниях магнитогорцев о совместной трудовой деятельности с «врагом», в официальной делопроизводственной документации, в материалах устной истории содержится информация о трудовом энтузиазме «врага», о работе наравне со всеми, об участии в движении рационализаторов, о желании иностранцев помогать строителям металлургического гиганта. Но документы 1930–1950-х сохраняют свидетельства о наличии среди них тунеядцев, прогульщиков, о стремлении некоторых заработать побольше денег, об отсутствии у иностранцев профессионализма. Личный опыт общения с «врагом» в 1930-е гг. был разнообразным: от конфликтов на бытовой почве, драк и зависти до добрососедских взаимоотношений, дружбы, любви и создания семей.

В условиях тотального дефицита и латентного голода зависть местного населения по отношению к жизни иностранцев была вполне понятной. Поселок «Березки», или Американский поселок, являл собой идеальное воплощение в жизнь садового поселка, близкого к западно-европейским стандартам¹⁰. По словам респондента Т.К. Пацины, территория поселка была огорожена забором¹¹, чтобы изолировать поселок от остальной части города физически: высокий забор защищал население «Березок» не только от любопытных глаз горожан, но и от криминальных элементов новостройки. Трудности бытового характера не обошли иностранных специалистов, несмотря на то, что расселяли их в городских гостиницах. Врач-рентгенолог Сильва Берг¹², выдержав в гостинице города

⁹ Borba za metal 15.07.1935.

¹⁰ Федосихин 1999, 46.

¹¹ Vospominaniya T.K. Patsiny. Zapisano N.N.Makarovoy v 2008 г.

¹² Сильва Берг – врач рентгенолог. Приехала в Магнитогорск в 1931 г. по договору.

около 1,5 месяцев, начала писать жалобы, в которых указывала на невозможность жить в комнате площадью 3,2 кв. м., на отсутствие мебели, засилье клопов <...> и постоянный шум»¹³. Часто в воспоминаниях, собранных редакцией «История фабрик и заводов», рабочие иронично заявляли о трусости иноспециалистов при выполнении пуска многих машин на производстве, об отказах работать в морозы, о том, что иностранцы покидали цеха комбината и оставляли рабочих разбираться с техническими проблемами самостоятельно и т. п.¹⁴. В 1937 г. Магнитогорск, как и многие другие города СССР, погрузился в шпиономанию. Учитывая наличие в городе иностранной колонии, возможности для обвинений в сотрудничестве с иностранными государствами были большие. Отношения с «врагом» вновь начали обостряться. В условиях репрессий многие иностранцы были арестованы.

Сходные компоненты «образа врага» продолжали формироваться у магнитогорцев в годы Великой Отечественной войны и в послевоенные годы, когда в городе функционировали лагеря военнопленных. В 1944–1950 гг. в Магнитогорске функционировало лагерное управление по делам военнопленных и интернированных. Учитывая миграционные процессы и движение контингентов, через лагерные отделения Магнитогорска за 1944–1950 гг. прошло около 10 тыс. военнопленных. Таким образом, враг в лице военнопленных присутствовал на территории Магнитогорска на протяжении 1944–1950 гг. В первое время пребывания в Магнитогорске контингента военнопленных отношение среди местного населения к ним было вполне очевидным: это было чувство ненависти и превосходства перед побежденным врагом. Но в палитре эмоций и чувств, формировавшихся по отношению к «фрицам»¹⁵, возникало нечто большее, чем ненависть. В рассказах очевидцев событий в Магнитогорске встречаются указания на то, что «многие ходили посмотреть на них»¹⁶. Действительно, увидеть поверженного врага на территории, далекой от линии фронта, было необычно и вызывало любопытство. С течением времени местное население осознало факт наличия на территории города «немцев», с которыми жители часто встречались на улицах.

Обстоятельства вынуждали искать пути адаптации и формировать легальные и нелегальные стратегии выживания в условиях плена. Данные стратегии в свою очередь создавали базу для деформации представлений местного населения о «враге». Кражи на территории Магнитогорска имели широкое распространение с начала 1930-х гг., и отношение к данному явлению со стороны жертвы традиционно было негативным. Когда кражи совершали военнопленные, оценка деяния не усугублялась в глазах жертвы преступления. Важен был сам факт утраты имущества. А вот когда военнопленные перепродавали краденые вещи на базарах города, местное население, не задумываясь, совершало сделки купли-продажи¹⁷. Труд военнопленных оценивался местным населением положительно. Многие респонденты отмечали, что «немцы работали много и хорошо»¹⁸, а все, что «они постро-

¹³ МУ Магнитогорский «Городской архив» (далее МУ МГА). Ф. 99. Оп. 8. Д. 36. Л. 5.

¹⁴ Государственный архив Российской Федерации (далее ГАРФ). Ф. Р7952. Оп. 5. Д. 306. Л. 231; МУ МГА. Ф. 10. Оп. 1. Д. 255. Л. 5.

¹⁵ Данный термин по отношению к контингенту военнопленных достаточно часто применялся в высказываниях респондентов.

¹⁶ Vospominaniya Bystrovoy O.V. Zapisano N.N. Makarovoy v 2008 г.

¹⁷ МУ МГА. Ф. 156. Оп. 1. Д. 1. Л. 55; МУ МГА. Ф. 156. Оп. 2. Д. 4. Л. 25.

¹⁸ Vospominaniya Mitroshchyna N.A. Zapisano N.N. Makarovoy v 2008 г.

или, до сих пор стоит»¹⁹. Официальная документация сохранила свидетельства того, что сами военнопленные готовы были работать при нормальных условиях. Военнопленный Фалах, работавший на стекольном заводе, обратил внимание на «вредные условия труда и отсутствие элементарных условий», в частности, «рабочим военнопленным не выдавали рукавицы, мыло»²⁰. Местное население с течением времени начало взаимодействовать с «немцами». Формы подобного взаимодействия были различными, вплоть до приятельских отношений, сожительства и воспитания детей. Военнопленный Лео Франц «сожительствовал с женщиной из гражданского населения», а военнопленный Д. Шандор регулярно «общался с местным населением»²¹. Несомненно, средством преодоления конфронтационного типа культуры и «образа врага» стал язык как средство коммуникации. Владение русским языком, а точнее минимальным словарным запасом, формировало условия успешной коммуникации. Любопытны в этом ключе воспоминания Н.Я. Митрохина, сотрудника охраны лагерного отделения № 22 о том, что «они быстро выучились по-нашему говорить и даже матерились <...> но иногда не понимали нас»²². В фондах городского архива неоднократно встречались описания решения конфликтных ситуаций между военнопленными на русском языке. Так, «23 июня 1946 г. военнопленный Ярке на замечание мастера цеха Д*** о том, что он плохо работает, ответил нецензурными словами...»²³.

Если необходимость общения военнопленных с гражданским населением объяснялась объективными факторами (стремление улучшить свои бытовые условия и вести жизнь, более или менее близкую к нормальной, отмечать праздники, дни рождения и проч.), то вопрос о том, почему население города с готовностью поддерживало контакты с «врагом», требует специального анализа. Респонденты утверждали, что многие магнитогорцы просто не видели в грязных, голодных и больных людях, измученных лишениями военного времени, «врага»; что многие их «жалели», «помогали, иногда даже подкармливали»²⁴. Можно также говорить о том, что образ врага, созданный советской пропагандой, плохо сочетался с реальностью, которую видели магнитогорцы. «Враг» оказался «не страшным. Это были такие же люди, которые играли футбол и на губных гармошках <...> в мяч, смеялись»²⁵. Но среди жителей города и особенно среди военизированной охраны лагерных отделений были зафиксированы случаи недовольства тем, что «военнопленных кормят лучше»²⁶. Среди личного состава военнослужащих лагерных отделений в Магнитогорске отношение к военнопленным разнилось. Большинство участников боевых действий 1941–1945 гг. относились к пленным в целом негативно. По воспоминаниям сотрудника военизированной охраны лагеря военнопленных В.П. Баканова, жизнь пленных была устроена даже лучше, чем у рядовых магнитогорцев: «Они находились на полном гособеспечении. Получали

¹⁹ Vospominaniya Bystrovoy O.V. Zapisano N.N. Makarovoy v 2008 г.

²⁰ МУ МГА. Ф. 157. Оп. 1. Д. 1. Л. 27.

²¹ МУ МГА. Ф. 156. Оп. 2. Д. 1. Л. 80; Ф. 157. Оп. 1. Д. 5. Л. 51.

²² Vospominaniya Mitroshchna N.A. Zapisano N.N. Makarovoy v 2008 г.

²³ МУ МГА. Ф. 157. Оп. 1. Д. 4. Л. 4.

²⁴ Vospominaniya Mitroshchna N.A. Zapisano N.N. Makarovoy v 2008 г.; Vospominaniya Bystrovoy O.V. Zapisano N.N. Makarovoy v 2008 г.

²⁵ Vospominaniya Bystrovoy O.V. Zapisano N.N. Makarovoy v 2008 г.

²⁶ Vospominaniya Bystrovoy O.V. Zapisano N.N. Makarovoy v 2008 г.

паяк наравне с нашими солдатами. Норма хлеба – 800 граммов в день»²⁷. Присутствовали также крайние формы неприятия «врага». Так, младший лейтенант Волков систематически наносил побои военнопленным, часто без видимых причин. «30 января 1947 г. он в очередной раз нанес побои военнопленному, избив его до полусмерти...»²⁸. Но были среди охраны лагеря и те, кто поддерживал приятельские отношения с пленными. В делопроизводственной документации отмечалось, что представители личного состава «устраивают вечеринки совместно с военнопленными»²⁹. Можно также предположить, что любознательность, присущая человеку, подталкивала местное население к общению с военнопленными – представителями иной культуры. Постепенно «враг» стал меняться в сознании населения и уже не вызывал злобы и ненависти.

Заключение

Таким образом, внешний «враг» в Магнитогорске формировался под влиянием, во-первых, официальной пропаганды; во-вторых, в условиях длительного присутствия на территории города иностранцев; в-третьих, на основе личного субъективного опыта общения с «врагом»; в-четвертых, в обстановке удаленности Магнитогорска от линии фронта и отсутствия прямого негативного опыта оккупации, массовых убийств; в-пятых, при общем невысоком уровне культуры населения нового индустриального центра. В условиях официально декларируемой конфронтационной среды существования («свой – чужой») магнитогорцы формировали свой уникальный образ врага. Последний трансформировался под влиянием конкретных бытовых и социокультурных условий.

ЛИТЕРАТУРА

- Баканов, В.П. 2014: *Воспоминания*. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://wiki-maria.org/22281145/ru>
- Годунов, К.В. 2015: Образы врагов революции в праздновании годовщины октября: сожжение изображений противников (1918–1920 гг.) *Вестник пермского университета. Серия: история* 2 (29), 104–112.
- Голубев, А.В. 2008: Чемберлен, Гитлер и другие: образы врагов в советской карикатуре 1922–1939 годов. *Россия и современный мир* 1 (58), 170–187.
- Гудков, Л. 2005: Идеологема «врага». «Враги» как массовый синдром и механизм социокультурной интеграции. В кн.: Л. Гудков (ред.), *Образ врага*. М., 7–80.
- Козырев, Г.И. 2008: Враг и «образ врага» в общественных и политических отношениях. *Социологические исследования* 1, 31–39.
- Костров, А.В. 2015: Образы внешнего и внутреннего врагов советского государства в предвоенном фильме Александра Довженко «Аэроград». *Новый исторический вестник* 43, 60–67.
- Лукьянов, М.Н. 2010: «Образ врага» или «образ друга»? Германия и Великобритания глазами русских правых накануне Первой Мировой войны. *Вопросы культурологии* 8, 45–49.

²⁷ Bakanov 2014.

²⁸ МУ МГА. Ф. 157. Оп. 1. Д. 5. Л. 8.

²⁹ МУ МГА. Ф. 156. Оп. 2. Д. 1. Л. 42.

- Макаров, Д.В., Дронов, В.А. 2013: Динамика образа врага в современных фильмах о Великой Отечественной войне. *Власть* 2, 160–163.
- Макарова, В.В. 2010: Образ врага в газетном политическом дискурсе (по материалам пермских печатных СМИ). *Социо- и психолингвистические исследования* 14, 100–108.
- Сдельников, В.А. 2011: Причины и этапы формирования образа врага в советской пропаганде в 1945–1953 гг. *Труды молодых ученых алтайского государственного университета* 8, 44–45.
- Сенявская, Е.С. 2006: *Противники России в войнах 20 века. Эволюция образа врага в сознании армии и общества*. М.
- Сенявский, А.С. 2006: Историческая имагология и проблема формирования «образа врага» (на материалах российской истории XX века). *Вестник РУДН. Серия «История России»* 2, 54–72.
- Федосихин, В.С. 1999: *Магнитогорск – классика советской социалистической архитектуры*. Магнитогорск.

REFERENCES

- Bakanov, V.P. 2014: *Vospominanija*, <http://wikimapia.org/22281145/ru>
- Fedosihin, V.S. 1999: *Magnitogorsk – klassika sovetsoj socialisticheskoy arhitektury*. Magnitogorsk.
- Godunov, K.V. 2015: Obrazy vragov revoljucii v prazdnovanii godovshhiny oktjabrja: sozhzhenie izobrazhenij protivnikov (1918–1920 gg.). *Vestnik permskogo universiteta. Serija: istorija* 2 (29), 104–112.
- Golubev, A.V. 2008: Chamberlen, Gitler i drugie: obrazy vragov v sovetskoj karikature 1922–1939 godov. *Rossija i sovremennyj mir* 1 (58), 170–187.
- Gudkov, L. 2005: Ideologema «vraga». «Vragi» kak massovyj sindrom i mehanizm sociokul'turnoj integracii. In: Gudkov L. (red.), *Obraz vruga*. Moscow, 7–80.
- Kostrov, A.V. 2015: Obrazy vneshnego i vnutrennego vragov sovetskogo gosudarstva v predvoennom fil'me Aleksandra Dovzhenko «Ajerograd». *Novyj istoricheskij vestnik* 43, 60–67.
- Kozyrev, G.I. 2008: Vrag i «obraz vruga» v obshhestvennyh i politicheskikh otnoshenijah. *Sociologicheskie issledovanija* 1, 31–39.
- Luk'janov, M.N. 2010: «Obraz vruga» ili «obraz druga»? : Germanija i Velikobritanija glazami russkikh pravyyh nakanune Pervoj Mirovoj vojny. *Voprosy kul'turologii* 8, 45–49.
- Makarov, D.V., Dronov, V.A. 2013: Dinamika obraza vruga v sovremennyh fil'mah o Velikoj Otechestvennoj vojne. *Vlast' 2*, 160–163.
- Makarova, V.V. 2010: Obraz vruga v gazetnom politicheskom diskurse (po materialam permskikh pechatnyh SMI). *Socio- i psiholingvisticheskie issledovanija* 14, 100–108.
- Sdel'nikov, V.A. 2011: Prichiny i jetapy formirovanija obraza vruga v sovetskoj propagande v 1945–1953 gg. *Trudy molodyh uchenyh altajskogo gosudarstvennogo universiteta* 8, 44–45.
- Senjavskaja, E. S. 2006: *Protivniki Rossii v vojnah 20 veka. Jevoljucija obraza vruga v soznanii armii i obshhestva*. Moscow.
- Senjavskij, A. S. 2006: Istoricheskaja imagologija i problema formirovanija «obraza vruga» (na materialah rossijskoj istorii XX veka). *Vestnik RUDN. Serija «Istorija Rossii»* 2, 54–72.

GERMAN COLONISTS AND PRISONERS OF WAR IN MAGNITOGORSK.
1930 s – 1950 s.

Nadezhda N. Makarova

*Nosov Magnitogorsk State Technical University, Russia,
makarovanadia@mail.ru*

Abstract. The aggravation of a political, confessional or ethnic situation and emergence of the conflict makes a problem of “an image of the enemy” extremely actual. The period of 1930 – 1950-s was characterized by forming of a picture of an enemy environment in which a Soviet person lived. Residents of Magnitogorsk throughout this period were forced to live side by side with the very “enemy” about whom the Soviet propaganda so actively reported. The evidence of the confrontational environment spread by the official ideology adjoined to the need to look for various means of overcoming the conflict existence between local population and “enemy”. Instruments of forming of “an image of the enemy” were often powerless before some subjects of perception of a “stranger”. It is, above all, about the population that for a variety of reasons directly confronted with the “enemy”. The foreign colony lived in Magnitogorsk from 1930 to 1937, and the contingent of prisoners of war was present at the city from 1944 to 1950. Dynamism of “an image of the enemy” depended on a set of factors: remoteness from “enemy”, the education level, sex, age, availability of direct contacts with the enemy. “Enemy” was also not static. All this also created a cumulative “image of the enemy”. The resident of Magnitogorsk had an opportunity to create official and propaganda, professional and office and personal (household) idea of the enemy. Thus, the image of external “enemy” in Magnitogorsk developed under the influence of official promotion; as a result of long presence in the territory of the city of foreigners; owing to personal subjective experience of communication with “enemy”, remoteness of Magnitogorsk from a front line, lack of direct negative experience of occupation and general low level of culture of the population of the new industrial center.

Key words: history, image of the enemy, confrontation, methods of overcoming of the conflicts, Magnitogorsk, foreign colony, prisoners of war



Problemy istorii, filologii, kul'tury
3 (2016), 269–277
© The Author(s) 2016

Проблемы истории, филологии, культуры
3 (2016), 269–277
©Автор(ы) 2016

ПРЕССА КОНЦА 1950-х – НАЧАЛА 1960-х гг. КАК КАНАЛ ФОРМИРОВАНИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО СОЗНАНИЯ В СССР

Е.М. Буряк

*Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова,
Магнитогорск,
lench81@inbox.ru*

Аннотация. Автор рассматривает прессу в качестве одного из инструментов советской пропаганды конца 1950-х – начала 1960-х гг. накануне опубликования проекта Третьей программы партии 30 июля 1961 г.; характеризует некоторые приемы манипуляции массовым сознанием через средства массовой информации, которые выступали как «голос партии», обращенный к каждому советскому гражданину. Основной задачей прессы в кампании по популяризации главных положений проекта Программы явилось формирование образа коммунистического общества будущего, которое будет создано в ближайшие два десятилетия. Оно осуществлялось через статьи членов рабочей группы, создававшей проект; через публикацию в СМИ основных положений проекта Программы; через редакторские статьи; через полное изложение выступлений Генерального секретаря КПСС Н.С. Хрущева; через информационные сообщения, показывающие рост и развитие сельского хозяйства, промышленного производства страны; через письма в редакцию от жителей СССР; через журналистские опросы людей. Значительное место в прессе отводилось статьям известных деятелей культуры и искусства, поэтическим произведениям. Частью газетной пропаганды явились карикатурные изображения «акул империализма» и привлекательные картины коммунистического будущего, которые давали визуальное представление о том, как будет выглядеть СССР через 20 лет. К моменту опубликования проекта Программы прессой была создана красивая картина коммунистической перспективы и детально представлено, как будут воплощены мечты не только страны, но и каждого в отдельности советского обывателя. Таким образом, пресса являлась эффективным способом манипуляции массовым сознанием населения.

Ключевые слова: Третья программа партии, формирование массового сознания, идеология, пропаганда, пресса, «Оттепель»

Введение

Великие революции и перевороты осуществлялись не только оружием, но и обещаниями «светлого завтра», которые пробуждали у обывателя уверенность в том, что с новой властью его жизнь будет счастливее. Советский период в истории России позволяет нам проследить развитие пропаганды и увидеть механизмы советской идеологической машины. Методы манипуляции массовым сознанием лю-

Буряк Елена Михайловна – кандидат исторических наук, доцент кафедры Всеобщей истории Магнитогорского государственного технического университета им. Г.И. Носова. E-mail: lench81@inbox.ru

дей были эффективными в СССР и остаются в центре внимания историков и специалистов по общественным отношениям (PR) сегодня¹. Одним из характерных периодов пропагандистской деятельности был конец 1950-х – начало 1960-х гг., когда шла подготовка к принятию Третьей программы КПСС, где утверждалось: «Партия торжественно провозглашает: нынешнее поколение советских людей будет жить при коммунизме!»².

Появлению проекта новой Программы в «Правде» предшествовала в конце 1950-х – начале 1960-х гг. развернутая подготовительная кампания по внедрению коммунистической идеи в массы. Печатное слово использовалось как мощное средство пропаганды. В этом процессе были задействованы редакции центральных газет («Известий», «Правды», «Комсомольской правды», «Труда», «Московской правды» и др.), коллективы ИМЭМО (Института мировой экономики и международных отношений) и других официальных учреждений. К примеру, в «Московской правде» уже 28 февраля 1956 г. появилась статья В. Татарина под заголовком «Нас партия в грядущее ведет». Эта статья перепечатывалась без изменений в различных республиканских и региональных газетах.

Все чаще стали появляться публикации, в которых говорилось о победе социализма и начале развернутого коммунистического строительства. Так, в «Известиях» от 3 июля 1957 г. была напечатана статья «Развитие коммунистического движения». В том же 1957 г. появляются публикации, в которых советские ученые пишут о будущем советской деревни, советской промышленности, советской науки уже в рамках развернутого коммунистического строительства. Акцентируется внимание на повышении благосостояния трудящихся. Одновременно публикуется множество статей, посвященных духовному, моральному облику «человека социализма»; сравниваются советский и американский образ жизни с выводами о безусловном превосходстве первого. Авторами заметок были не только профессиональные журналисты, но и простые советские граждане, приславшие письма в редакцию, и писатели (В. Катаев, К. Симонов, М. Шолохов, Л. Кассиль и др.). Обычно за подписью «Редакторская статья» на первой полосе газеты «Правда» появлялись передовицы типа «Могучая поступь социалистической экономики»³, «Говорящие цифры социализма»⁴. Таким образом, одновременно с созданием проекта Программы «наверху», в прессе проходил первый этап подготовки советского человека к появлению самой новой Программы Коммунистической партии.

К началу 1960 г. от статей образца 1956–1957 гг. не остается и следа. Предполагалось, что социализм уже построен, следовательно, все внимание должно быть сосредоточено на скорейшем построении коммунизма. У авторов статей нет никакого сомнения в том, что «победа коммунизма неизбежна, закономерна». Газеты пестрят заголовками, в которых обязательно употребляется сочетание «к коммунизму». Все в больших количествах печатается информация о росте экономических показателей в СССР и ухудшении жизненного уровня в США. Каждый день, незаметно для простого обывателя, в статьях на различные темы излагается сущность нового проекта Программы Коммунистической партии.

¹ Фокин 2012; Кара-Мурза 2005; Renkama 2006; Sharp 1995.

² XXII съезд КПСС. Стенографический отчет. 1962.

³ Правда 07.02.1957.

⁴ Правда 13.04.1957.

1 января 1961 г. было опубликовано стихотворение Л. Сорокина, которое должно было стать, по мысли редакторов «Правды», неким эпиграфом для наступившего нового года:

«Мы идем вперед. Заря восходит.
К ней моя страна устремлена.
Перед нами нынче новогодье –
Новая, большая целина.
Там заводы вырастут и села.
Новогодье, край необжитой!
Мы идем к тебе, как новоселы,
Поднятые дерзкою мечтой»⁵.

Уже 2 января 1961 г. на первой полосе газеты появляется рассказ о том, как был встречен Новый год в Кремле. Описывается сказочный спектакль, организованный для членов правительства, создается образ великолепного кремлевского дворца, в котором на одну новогоднюю ночь удалось создать коммунизм: «У всех хорошее настроение. Да и как ему не быть! Жизнь советского народа с каждым днем становится все лучше и лучше»⁶. Газеты полны громких заголовков и речей первых лиц государства. Рекламирование проекта Программы осуществлялось самим Генсеком КПСС. Так, если в 1957 г. за год было опубликовано 5–7 выступлений Н.С. Хрущева, то к 1961 г. их количество исчислялось десятками. Показательным в этом плане было опубликованное на пяти первых листах «Правды» и «Известий» от 25 января 1961 г. выступление Н.С. Хрущева на Совещании представителей коммунистических и рабочих партий, где Генеральный секретарь ЦК кратко излагал основные положения проекта третьей Программы.

Параллельно с восхвалением светлого коммунистического будущего шла антипропаганда капиталистического образа жизни. Неотъемлемой частью газет начала 1960-х гг. тогда являлись различные карикатуры и рисунки на злобу дня⁷. В карикатурном виде перед читателями являлись, как правило, «загнивающие империалисты»⁸, а строители коммунизма изображались неизменно на фоне реющего красного знамени несущими в огромных рабочих руках земной шар с надписью «Коммунизм»⁹. После опубликования Программы земной шар на плакатах сменила увесистая книга с надписью «Третья Программа КПСС».

Таким образом, с помощью самых различных публикаций (редакторских статей, писем тружеников, речей Н.С. Хрущева и членов правительственного аппарата, карикатур, фельетонов и стихов) сознание миллионов советских людей готовили к знакомству с проектом новой Программы партии.

30 июля 1961 г. в газете «Правда» был опубликован проект Программы Коммунистической партии Советского Союза. 31 июля первые полосы «Правды» и «Известий» были заняты редакторскими статьями, которые уже в тезисах отражали его содержание. С этого дня началось открытое обсуждение.

⁵ Исторический съезд 1961, 6.

⁶ Исторический съезд 1961, 23.

⁷ На смену 01.01.1960.

⁸ Правда 18.10.1961.

⁹ Правда 24.08.1961.

В первые дни после опубликования проекта Программы все газеты в Советском Союзе пестрили названиями, прославляющими Программу, такими, к примеру, как «Советские люди говорят: замечательная Программа»; «Строить коммунизм – величайшее счастье»; «Научная программа строительства коммунизма»; «Документ огромной мобилизационной силы»; «Великий манифест нашей эпохи»; «Манифест коммунистического строительства» и т. д.

После появления проекта Программы общество разделилось на два лагеря: на тех, кто безраздельно верил, даже не читая проекта, в осуществимость тезисов Программы, и тех, кто, махнув рукой, считали эту затею еще одним капризом «Никиты». В открытую можно было демонстрировать только свою положительную реакцию. Она стала неким подобием лица СССР на мировой арене, которое «светилось от счастья», получив третью Программу.

Но, согласно публикациям в печати, проект получил огромную поддержку граждан СССР. Например, корреспондент «Правды» В. Володкин в первые дни после появления проекта Программы встретился в Москве с жителями различных уголков Советского Союза и задал им один вопрос: «Что вы скажете о проекте Программы партии?»¹⁰. Далее он привел восемь ответов, поразительно правильно отражающих программные установки. Все опрошиваемые были твердо уверены, что «великие планы будут выполнены», что Программа строительства коммунизма для всех – великий праздник. На приведенных ниже photographиях люди были запечатлены держащими в руках «Правду» или «Известия» от 30 июля 1961 г., в которых опубликован проект.

Все публикации, касающиеся обсуждения проекта в центральных изданиях СССР, можно условно разделить на следующие жанры:

- статьи членов рабочей группы, создававшей проект, по отдельным пунктам проекта Программы;
- основные положения из проекта Программы, ежедневно публикуемые в размере 10–15 строчек;
- редакторские статьи;
- выступления Н.С. Хрущева;
- статьи, показывающие рост и развитие сельского хозяйства и промышленного производства страны;
- письма в редакцию от жителей СССР;
- журналистские опросы людей;
- статьи известных деятелей культуры и искусства;
- различные поэтические произведения.

Каждый из этих жанров выполнял определенные функции.

Так, статьи членов рабочей группы повторяли отдельные пункты проекта Программы. В них авторы более подробно излагали программные установки, подчеркивая их важность, возможность выполнения, неразрывную связь с действительностью и необходимость реализации. Авторами статей были известные общественеды и экономисты, что должно было убеждать читателей в реальности достижения коммунизма в ближайшем будущем. В основном печатались статьи академиков (П. Юдина, М. Митина, С. Струмилина и др.); встречались также статьи А. Яковлева («Общество – человеку [Об общественных фондах

¹⁰ Правда 02.08.1961.

потребления]»)¹¹ и С. Бадаляна («О преодолении существенного различия между городом и деревней»)¹², Х. Момджяна («Коммунизм и равенство»)¹³, Ю. Францева («Коммунизм и свобода»)¹⁴. Как правило, ученые писали статьи именно по той проблеме, за которую они «отвечали» при создании проекта. Известно, что академик П. Юдин работал над разделами проекта Программы о физическом и умственном труде, соответственно ему принадлежит статья «Физический и умственный труд при коммунизме», в которой он подчеркивал, что «преодоление существенных различий между физическим и умственным трудом – одно из неперемennых условий построения коммунистического общества»¹⁵. М. Митин, работавший при подготовке проекта Программы над вопросом отмирания государства в коммунистическом обществе, писал в газете «Правда»: «Экономическая основа отмирания государства – высочайшее развитие производительных сил общества, достижение изобилия и переход к коммунистическому принципу распределения»¹⁶. Его статья практически продублировала положение программы: «Историческое развитие неизбежно ведет к отмиранию государства. Для полного отмирания государства необходимо создание как внутренних условий – построение развитого коммунистического общества, так и внешних условий – построение и упрочение социализма на международной арене»¹⁷. Академику С.Г. Струмилину принадлежит опубликованная 30 августа 1961 г. в «Известиях» статья «К вопросу о личной собственности при коммунизме», которая была написана в том же стиле, что и вышеназванные. Еще в 1958 г., начав работу над проектом, именно академик С.Г. Струмин, помимо экономических расчетов, занимался и вопросами, связанными с личной собственностью в условиях коммунистического общества. М.В. Келдыш, будучи в то время президентом Академии наук СССР, представил свою статью под названием «Коммунизм и наука».

Таким образом, проводилось своеобразное закрепление в умах людей основных пунктов Программы. Этот жанр публикаций сопровождался выделенными рамками и больше похожими на некрологи небольшими вставками со строчками из проекта Программы, а затем и Устава Коммунистической партии.

В пропаганде светлого коммунистического будущего немаловажную роль играли и *редакторские статьи*, печатавшиеся на первых полосах газет. С появлением проекта Программы стали часто появляться материалы, подчеркивающие всю важность нового документа. На следующий день после опубликования проекта в редакторской статье «Правды» восторженно говорилось: «Сила Программы КПСС – в самой прогрессивности коммунизма, который закономерно идет на смену капиталистическому строю – строю эксплуатации человека человеком, безработицы и нищеты широких масс, межнациональной розни и войн»¹⁸. Мало отличаясь, из номера в номер, они повторяли основные задачи, поставленные в Программе перед страной.

¹¹ Правда 08.08.1961.

¹² Правда 21.08.1961.

¹³ Правда 17.10.1961.

¹⁴ Правда 21.10.1961.

¹⁵ Исторический съезд 1961, 56.

¹⁶ Исторический съезд 1961, 24.

¹⁷ Справочник 1963, 113.

¹⁸ Исторический съезд 1961, 24.

Шаблонностью страдали не только редакторские статьи. Всевозможные речи и выступления Н.С. Хрущева, лавиной обрушившиеся на полосы газет, копировали друг друга. Встречаясь с рабочими, колхозниками, выступая на официальных приемах или на радио, Хрущев, используя весь свой ораторский талант, произносил высокие слова: «...уже теперь можно с полной уверенностью сказать о том, что весь советский народ единодушно одобряет проект Программы нашей партии. В выступлениях в печати, по радио и телевидению советские люди выражают гордость и восхищение за свою ленинскую партию, за свою великую социалистическую Родину <...> Проект новой Программы проникнут духом коммунистического созидания, миролюбия и интернационализма <...> Мы уверены, что идеи новой программы найдут путь к умам и сердцам всех людей мира <...> Главный вывод, который делает советский народ, изучая проект Программы, – это вывод о необходимости трудиться и еще раз трудиться во имя ускорения коммунистического строительства, укрепления могущества и процветания нашей советской Родины»¹⁹.

Чтобы слова проекта Программы об экономическом подъеме не были голословными, на страницах газет появлялись соответствующие экономические выкладки, указывающие на фантастический рост экономики страны. Достаточно было взглянуть на заголовки газет: «Великая программа борьбы за коммунизм»; «Мы будем жить при коммунизме»; «Нашему поколению жить при коммунизме!»; «Это уже не призрак!»; «Программа борьбы за великую цель»; «Солнце коммунизма взойдет над страной»; «Программа осуществления дерзновенных планов».

О проекте Программы говорили на отчетно-выборных собраниях, в том числе колхозных. Так, в одном сообщении можно было прочесть: «С удовлетворением говорили коммунисты о значительном росте общественных доходов, об их наиболее целесообразном распределении. Следуя совету ЦК КПСС и тов. Н.С. Хрущева, партийная организация заботилась, чтобы из года в год росли неделимые фонды, значительная часть доходов направлена на расширение общественного хозяйства – строительства хозяйственных помещений, приобретение техники, материалов, удобрений и т. д.»²⁰.

Предполагалось, что ни речи Генсека КПСС, ни экономические выкладки, ни статьи академиков, ни постоянное гипнотизирование строчками проекта Программы не действуют на обывателя так, как рубрика под названием: «Обсуждение проекта Программы Коммунистической партии Советского Союза». Изначально было задумано, что с опубликованием проекта будет развернуто всеобщее обсуждение на специально отведенной странице в газете «Правда». В ней ежедневно печатались письма из разных уголков страны от простых колхозников и рабочих до героев социалистического труда и заслуженных деятелей науки и искусства. В своих письмах они восхищались «великой Программой борьбы за коммунизм» и вносили свои поправки к тексту проекта. Вот как выглядела типичная страница: «Огромные блага предоставляет наша Родина трудовому человеку. А через двадцать лет каких высот мы достигнем! В проекте Программы КПСС все это замечательно сказано. Мне хотелось бы только сделать одно небольшое предложение о развитии школ-интернатов»²¹; «Проект Программы КПСС вызвал среди нашего

¹⁹ Куусинен О.В. 1991, 49.

²⁰ Исторический съезд 1961, 36.

²¹ Правда 31.07.1961.

коллектива новый прилив творческих сил. Коллектив нашей фабрики единодушно одобряет этот исторический документ потому, что в нем изложены наши мысли, чаяния и надежды. Простые слова Программы понятны каждому человеку, Программа указывает путь к лучшему будущему, зовет вперед»²²; «Делятся радостью советские люди, читая проект новой Программы родной партии. Какая огромная эта радость – новая величественная программа коммунистического строительства! В красном уголке общежития, во всех комнатах, тенистом дворе не прекращаются взволнованные беседы, раздумья, которые вызвал у рабочих проект Программы партии. Радость пришла в рабочее общежитие, в каждый советский дом»²³.

В ЦК КПСС, в местные партийные органы, в редакции газет и журналов, на радио и телевидение поступило свыше 300 тысяч писем, статей, заметок с предложениями, дополнениями замечаниями к проекту. Для их анализа и обобщения были созданы 22 рабочие группы по отдельным аспектам Программы, где рассматривалось каждое предложение, готовились рекомендации. Всего было рассмотрено 14 тысяч предложений.

После опубликования проекта широкое распространение получают также опросы жителей страны, такие, как «Исповедь поколения 17», в которой молодые люди отвечали на 12 вопросов.

Проект Программы послужил мощным толчком для появления различных стихотворных произведений. Все они должны были быть пронизаны духом советского патриотизма, безграничной верой в осуществимость проекта, мечтами о светлом будущем, непременно воспоминаниями о трудных временах для Коммунистической партии, светлой памятью об Ильиче. Например, знаменитый белорусский поэт Петрусь Бровка посвятил новому проекту Программы целую поэму, которая называлась «Величавые слова Программы»:

Величавые слова Программы

Я прочел...

Партия, ты нашими глазами

Видишь воплощенье коммунизма.

Партия, живой источник света,

Ты нам с новой силой засияла,

Партия! Отныне вся планета

Счет годам должна вести сначала»²⁴.

Поэма, занимавшая несколько страниц газеты, по сути, явилась творческой интерпретацией проекта третьей Программы КПСС.

Обсуждение проекта достигло небывалого размаха. Тем не менее масштабы обсуждения и его непосредственная отдача оказались очень уж несопоставимыми – было принято всего 40 поправок, из них лишь 25 более или менее существенных²⁵. Они содержали в себе много ценной информации, но так как не относились непосредственно к проекту Программы, то остались без внимания.

Через два с половиной месяца после опубликования проекта Программы начал свою работу XXII съезд КПСС. Обсуждение проекта на съезде проходило в

²² Правда 5.08.1961.

²³ Правда 14.08.1961.

²⁴ Правда 14.09.1961.

²⁵ Пыжиков 1998, 136.

духе выступления Н.С. Хрущева на XXI съезде, когда он заявил, что страна входит в «период развернутого строительства коммунистического общества»²⁶. Людям пытались внушить, что «это был пик нашего “благоденствия”»²⁷.

Заключение

Таким образом, периодическая печать конца 1950-х – начала 1960-х гг. являлась мощным средством внедрения в сознание каждого гражданина СССР мысли о том, что действительно уже совсем скоро будет осуществлена «мечта человечества» о коммунизме, что она будет воплощена в реальность через каких-то пару десятилетий. Газеты были наполнены конкретными цифрами, научными работами создателей проекта Программы и восторженными откликами простых рабочих и колхозников. Образы общества будущего, должны были привлечь в равной степени людей разных возрастов и профессий. Описания новой счастливой жизни при коммунизме должны были вызывать радость и надежду.

ЛИТЕРАТУРА

- Барсуков, Н.А. 1991: Коммунистические иллюзии Хрущева. *Диалог* 5, 76–80.
 Кара-Мурза, 2005: *Манипуляция сознанием*. М.
 Куусинен, О.В. 1991: Два письма О.В. Куусинена Н.С. Хрущеву. *Вопросы истории КПСС* 6, 3–7.
 Пыжиков, А. В. 1998: *Оттепель: идеологические новации и проекты (1953–1964)*. М. *Справочник партийного работника*. 1959. М.
Справочник партийного работника. 1963. М.
 Фокин, А.А. 2012: Мобилизация населения на решение партийных задач в 1950- 1960- х гг. *Челябинский гуманитарий* 4, 99–106.
 Gellner, E. 1988: *State and Society in Soviet Thought*. Oxford–New York.
 Low, A.D. 1963: Soviet Nationality Policy and the New Program of the Communist Party of the Soviet Union. *Russian Review* 22/1, 22–46.
 Renkama, J. 2006: *Ideology and challenges of political liberalisation in the USSR, 1957–1961: Otto Kuusinen's «Reform Platform», the State Concept, and the Path to the 3rd CPSU Programme*. Helsinki.
 Shapiro, L (ed.) 1963: *The USSR and the Future an Analysis of die New Program of the CPSU* NY. London.
 Sharp, E. R. 1995: “School Reform during the Khrushchev Period: A Radical Attempt to Re-make Soviet Social and Economic Structures”: PhD. diss. University of Michigan.

REFERENCES

- Barsukov, N.A. 1991: Kommunisticheskie illjuzii Hrushheva. *Dialog* 5, 76–80.
 Fokin A.A. 2012. Mobilizacija naselenija na reshenie partijnyh zadach v 1950–1960-h gg. *Cheljabinskij humanitarij* 4, 99–106.
 Gellner, E. 1988: *State and Society in Soviet Thought*. Oxford–New York.
 Kara-Murza, 2005. *Manipuljacija soznaniem*. Moscow.

²⁶ Справочник 1959, 7.

²⁷ Барсуков 1991, 78.

- Kuusinen, O.V. 1991. Dva pis'ma O.V. Kuusinen N.S. Hrushhevu. *Voprosy istorii KPSS* 6, 3–7.
- Low, A.D. 1963: Soviet Nationality Policy and the New Program of the Communist Party of the Soviet Union. *Russian Review* 22/1, 22–46.
- Pyzhikov, A. V. 1998: *Ottepel': ideologicheskie novacii i proekty (1953–1964)*. Moscow.
- Renkama, J. 2006: *Ideology and challenges of political liberalisation in the USSR, 1957–1961: Otto Kuusinen's «Reform Platform», the State Concept, and the Path to the 3rd CPSU Programme*. Helsinki.
- Shapiro, L (ed.) 1963: *The USSR and the Future an Analysis of die New Program of the CPSU*. New York–London.
- Sharp, E. R. 1995: “*School Reform during the Khrushchev Period: A Radical Attempt to Re-make Soviet Social and Economic Structures*”: Ph.D. diss. University of Michigan.
- Spravochnik partijnogo rabotnika*. 1959. Moscow.
- Spravochnik partijnogo rabotnika*. 1963. Moscow.

THE PRESS OF THE LATE 1950 s – EARLY 1960 s AS THE CHANNEL OF PUBLIC CONSCIOUSNESS FORMATION IN THE USSR

Elena M. Buryak

*Nosov Magnitogorsk State Technical University, Magnitogorsk, Russia,
lench81@inbox.ru*

Abstract. The author reviews mass media as one of the instruments of Soviet propaganda in the time of the “Thaw” period. The author emphasizes several methods of mass consciousness manipulation, which were used exclusively in press and were supposed to be “the voice of the Party” and reach every Soviet citizen. Newspapers related every major matter stated in the Third Programme of the Communist Party. The titles of the Programme articles were used as one of the manipulation methods, as well as reputable surnames of authors – well known economists, party officials. Existence of different feuilletons, poems, verses can be designated as another method of propaganda. Authors of such articles in newspapers were ordinary Soviet citizens of highly wide professional range – from milkmaid to jet fighter test pilots. Of course, a large part of these articles were written only on their behalf, but a real initiative part of citizens writing for newspapers existed indeed. Special attention should be paid to printed wholly Khrushchev’s performances during official events. And essential parts of newspaper propaganda were caricature images of the future, which gave vision of how the Soviet Union would be in 20 years. Simultaneously a perfect picture of Communistic every day life was created, showing different details of not only the whole country’s but every citizen’s dream implementation, involving him into the process of Communistic dream achieving. Newspapers, which were necessarily subscribed in every family, brought appropriate for the government information to every Soviet citizen who could read. Thus, press was a highly effective method of mass consciousness manipulation of population, and government did not spend additional funds on large scale ideological events.

Key words: Third Party’s programme, mass consciousness formation, ideology, propaganda, press, “Thaw”



ПРОБЛЕМА СОХРАНЕНИЯ РЕЛИГИОЗНЫХ ТРАДИЦИЙ НЕМЦЕВ В ПОЛИКУЛЬТУРНОЙ СРЕДЕ РОССИИ

О.В. Петренко

*Магнитогорский государственный технический университет им. Г. И. Носова,
Магнитогорск,
petrenko_ov@mail.ru*

Аннотация. Статья посвящена вопросу сохранения традиций и обычаев российских немцев в поликультурной среде. Показана сложность и многоаспектность понятия «традиции», представлены различные теоретические и методологические подходы к интерпретации данного термина. Основываясь на материалах, полученных в ходе этнографических экспедиций в Октябрьский район Челябинской области (исследование проводилось в ряде населенных пунктов – д. Барсучье, д. Шишминка, д. Шипкино, с. Маячное, с. Октябрьское), мы попытались восстановить ход традиционных религиозных немецких праздников Weihnachten и Ostern. В исследовании использована комплексная методика, включающая наблюдение, глубинное интервью с хранителями религиозных традиций, анкетирование. Особое внимание уделялось тем элементам праздничного ритуала, которые свойственны только данному этносу. На примере российских немцев д. Барсучье рассмотрен сохранившийся до наших дней традиционный обряд «Крестный ход». Анализ эмпирического материала показал, что, несмотря на агрессивную советскую антирелигиозную пропаганду, немцы продолжали следовать традициям предков. Благодаря компактному проживанию и численному преимуществу немцев в ряде поселений основные каноны празднования Рождества и Пасхи соблюдались ими вплоть до середины 90-х гг. XX в., и это несмотря на усиление влияния русской культуры. Массовая эмиграция, пришедшая на 90-е гг. XX в., расширение дисперсного проживания немцев, увеличение смешанных браков и исчезновение больших сельских общин приводят к постепенной утрате традиций. В результате социологического опроса установлено, что современные потомки российских немцев не рассматривают религиозные традиции предков как релевантные.

Ключевые слова: российские немцы, этническая культура, религиозные традиции, обычаи, Октябрьский район Челябинской области, поликультурная среда, этнографическая экспедиция

Введение

Культура оказывает огромное влияние на историческое развитие этноса и формирование этнического самосознания, при этом она является зеркалом и того, и другого, отражающим уникальность и самобытность каждого этноса.

Ряд исследователей, в том числе А. Крёбер¹, В.И. Козлов², Э. Геллнер³,

Петренко Оксана Владимировна – аспирант кафедры Всеобщей истории Магнитогорского государственного технического университета им. Г.И. Носова. E-mail: petrenko_ov@mail.ru

¹ Kroeber 1952.

² Козлов 1967, 111.

³ Gellner 1983.

Н.Н. Чебоксаров⁴, С.А. Арутюнов⁵, считают культурную специфику основным критерием разграничения этнических общностей⁶.

Традиционно в науке принято делить культуру на материальную и духовную, но это разграничение весьма условное. Многие виды духовной культуры находят воплощение в материальных предметах, например, в скульптурах, картинах, письменных документах.

В современном обществе на фоне технического и социального прогресса наблюдается сужение сфер проявления этнических свойств культуры. В частности, активный процесс стандартизации и унификации материальной культуры приводит к планомерному исчезновению из нее этнической специфики, которая перемещается в сферу духовной культуры.

Духовная культура включает в себя комплекс информации, которая существует в памяти всех членов этноса. Она передается из поколения в поколение через повествование или демонстрацию и, как правило, выражается в определенных формах поведения. Духовная культура – это широкий комплекс релевантных в социальной сфере знаний и умений: трудовые навыки, нравы и обычаи, религиозные традиции, правовые нормы, различные виды искусства и народного творчества⁷.

Далее мы остановимся на рассмотрении религиозных традиций российских немцев, сохранившихся в живой памяти людей.

Сразу оговоримся, что термин «*традиции*» (данное понятие в основном употребляется во множественном числе) в научной литературе трактуется не однозначно. Э.В. Соколов связывает это понятие с архаическими способами культурного наследия (с мифом, фольклором, бытовыми обрядами, религией)⁸. Э.А. Баллер⁹, Ю.В. Бромлей¹⁰, Ю.А. Жданов и В.Е. Давидович¹¹ относят термин *традиция* ко всем сферам общественной жизни. В том числе, с их точки зрения, традиции проявляются в материальном производстве, в политической жизни, в художественном творчестве, в науке. К примеру, Э.А. Баллер определяет термин *традиции* как «исторически сложившиеся формы поведения людей решительно во всех областях общественной жизни»¹². Э.С. Маркарян считает, что под «культурными традициями» следует понимать «выраженный в социально-организованных стереотипах групповой опыт, который путем пространственно-временной трансмиссии аккумулируется и воспроизводится в различных человеческих коллективах»¹³. В 1982 г. на страницах журнала «Советская этнография» С.А. Арутюнов резюмировал: от традиций необходимо отделять ту часть культуры, которая «экстериоризирована в хранилищах информации типа книг, картин, перфокарт»¹⁴. Данное

⁴ Чебоксаров 1985, 172.

⁵ Арутюнов 1989, 5.

⁶ В данной работе термин «этническая общность» используется в качестве синонима к термину «этнос».

⁷ Бромлей 1983, 107.

⁸ Соколов 1981, 57.

⁹ Баллер 1969.

¹⁰ Бромлей 1973, 68–69.

¹¹ Давидович 1979, 205.

¹² Баллер 1969, 68.

¹³ Маркарян 1981, 80.

¹⁴ Арутюнов 1981, 97.

высказывание еще раз подчеркивает, что традиции основываются на «бесписьменной» культуре, отражают живую деятельность этноса и выражаются в устно-зрительном их восприятии и передаче. С.В. Лурье рассматривает термин *традиции* как «комплекс культурных парадигм, крепко сцепленных одна с другой и представляющих собой устойчивую целостность, которая однако же может принимать в зависимости от внешних условий различные формы выражения»¹⁵. Важно отметить, что сами традиции в процессе исторического развития этноса и его адаптации к изменяющимся условиям претерпевают трансформацию. Э.А. Баллер отметил, что в обществе всегда сосуществуют традиции, унаследованные от предшествующего поколения, и новые традиции, отражающие опыт сегодняшнего дня, который в дальнейшем будет передан потомкам¹⁶. В целом, несмотря на разнообразие вариантов интерпретации термина *традиции*, все исследователи в той или иной мере сохраняют связь термина с первоначальным значением слова – передача, предание¹⁷.

Проводимое исследование основано на материале, собранном в ходе этнографических экспедиций автора в Октябрьский район Челябинской области, проходивших в июле – августе 2012 и 2014 гг. В процессе сбора эмпирического материала использовались следующие методы: наблюдение, глубинное интервью с хранителями религиозных традиций, анкетирование.

В опросе принимали участие потомки аграрно-ремесленнических переселенцев из Баварии, Швейцарии, Швабии и Австрии, обосновавшихся на рубеже XVIII–XIX вв. на землях Мелитопольского уезда Таврической губернии, а также Верхнеднепровского, Александровского и Екатеринославского уездов Екатеринославской губернии. В дальнейшем под влиянием ряда неблагоприятных факторов (дефицит земельных наделов; налоговый гнет; голод; притеснение со стороны центральной и местных властей, интеллигенции и крестьян¹⁸) немцы были вынуждены покинуть уже обжитые территории и переселиться в более экономически-выгодные регионы, в том числе и на Южный Урал.

Анализ собранного материала показал, что, переселяясь группами из Южной Украины в Октябрьский район, немцы, преимущественно католики, стремились сохранить традиционную народную культуру, принесенную еще прародителями с германских земель. Особое значение придавалось церковным праздникам, таким, как Рождество и Пасха, ход проведения которых мы попытались по крупицам реконструировать, основываясь на отрывочных воспоминаниях местных старожилов.

Подготовка к *Weihnachten* (Рождеству), которое отмечалось 25 декабря, начиналась заранее, поскольку в праздник любой вид трудовой деятельности был запрещен. Самому празднику предшествовал Сочельник (24 декабря) – *Heiliger Abend* (Святой вечер). В этот день традиционно убрали двор и дом, пекли и «стряпали» рождественские угощения. Обязательным атрибутом праздника было рождественское дерево, как правило – ель, которую украшали самодельными игрушками, различными фигурками, испеченными из теста, сладостями. Рожде-

¹⁵ Лурье 1997, 60.

¹⁶ Баллер 1969, 69.

¹⁷ См. лат. слово «*traditio*», например: Подосинов 2001, 343.

¹⁸ Бахтурина 2013, 6–32.

ственское дерево обвивали гирляндами, изготовленными из яркой бумаги, и свечами: считалось, что зелень и свет благотворно влияют на человека и в новом году принесут ему здоровье, счастье и удачу. Елка стояла в доме до старого Нового года (14 января).

В рождественский вечер вся семья собиралась за праздничным столом, украшенным свечами. По поверью, если святой ужин (*heilige Mahl*) будет обильным и сытным, таким же будет и весь следующий год. К рождественскому столу подавали свинину или свиные колбасы (*Protwascht* – название записано со слов респондентов), так как считалось, что свинья приносит счастье. Также на столе обязательно стояли блюда с квашеной капустой: капуста наделялась целебными свойствами. Немцы полагали, что тот, кто ест кислую капусту в Рождество, весь год будет здоровым. Также готовили много изделий из теста: *Strudel*, *Kuche*, *Kerpvel* (два последних названия записаны со слов респондентов). В Рождественскую ночь в каждом доме звучала песня «*Stille Weihnacht*».

Непременным элементом празднования *Weihnachten* являлось хождение ряженных по деревне. Главными персонажами праздника были *Christkind* (Крискинда) и *Pelznikel* (Пельцникель). Крискинду одевали в вывернутый белый полушубок, ее лицо закрывали белым платком или тюлем. В руках у нее была вичка (тонкая палочка, украшенная цветными ленточками или бахромой из бумаги). Пельцникеля наряжали в темную, вывернутую наизнанку шубу, обвешивали цепями и другими металлическими предметами, лицо измазывали сажей, либо закрывали черной маской. Крискинда и Пельцникель заходили во все дома поселения. В те дома, где были маленькие дети, Пельцникеля пускали не всегда, только после разрешения родителей. Жительница д. Барсучье Сальма Ивановна Шмид, 1927 г. рождения, вспоминает: «У нас мота никогда *Pelznikel* на порог не пускала. Она всегда ему говорила: “Нам *Pelznikel* не нужен, у нас все детки хорошие”. Заходя в дом, дети дружно кричали Крискинде: «*Christkind komm, mach mich fromm, dass ich in den Himmel komm*» (*Крискинда, приди ко мне, благослови меня, чтобы я на небо попал* [Перевод наш. – О.П.]). Крискинда им отвечала: «*Pede... pede... pede*» (приблизительно переводится как «молись»); после чего дети читали стихотворения на немецком языке или молитву, пели немецкие песни, за что Крискинда им дарила подарки. Если ребенок не выполнял просьб Крискинды или пытался что-то взять со стола до завершения ритуала, то она ударяла его вичкой по руке. Пельцникеля приглашали в дом только к непослушным детям для того, чтобы он их наказал или напугал. Пельцникель входил в помещение со словами «*Kannst du beten oder singen oder Stockspringen*» («Умеешь ли ты молиться или петь, а то получишь палкой»). Сальма Ивановна рассказывает: «*Pelznikel* угрожал ребенку. Например, он говорил: “Если не будешь слушаться родителей, то сброшу тебя в колодец”. Также Пельцникель ходил по улицам поселения, пугал и ловил гуляющих. Тех, кого ему удавалось поймать, он заставлял есть лук и чеснок.

Обязательно и на *Weihnachten* и на *Ostern* крестная делала своим крестникам подарки.

Вторым значимым для российских немцев праздником была Пасха (*Ostern*). Подготовка к *Ostern* начиналась за несколько недель. Белили стены в доме, убирали дворы. Во время *Ostern* нельзя было работать молотком и топором, т. е. рубить, строгать, вбивать гвозди. До пасхального воскресенья нельзя было надевать

чистые рубашки, расчесывать волосы. Считалось, что несоблюдение этих правил могло помешать чуду воскрешения. За две недели до Ostern сеяли овес, выращивали зеленую траву, которую использовали для украшения корзинок и шапок или для изготовления Neschtel (гнездо), куда укладывали пасхальные яйца. Дома в Ostern украшали зелеными ветками.

Символами Ostern являлись пестро раскрашенное яйцо и пасхальный заяц. Образы и краски на яйце имели свой особый смысл. Волнистые линии на пасхальном яйце символизировали вечную жизнь, точки – это «слезы Марии», а красный цвет – это цвет жертвы и воскресшей жизни. Поскольку пасхальное яйцо было особенным, то, по представлению немцев, его не могли нести куры. Оно должно было попадать в дом необычным способом: по немецким поверьям яйца приносил пасхальный заяц – Osterhase.

Накануне пасхальной ночи дети выставляли на стол или под кровати шапки или тарелки, а родители клали в них крашеные яйца и сладости. Житель д. Барсучье Фукс Антон рассказывает: «На Пасху я обязательно с вечера ставил тарелку под кровать или на стол. А утром я всегда ее долго искал».

В некоторых селениях родители прятали крашеные яйца и сладости в соломе, в огороде, на заднем дворе, а дети их искали. Жительница д. Шишминка вспоминает: «Раньше мы спрячем яйца и конфеты в сене, а ребятишкам говорили, что это Osterhase пробежал с прохуdivшимся мешком и обронил сладости. Дети с восторгом искали угощения, было очень весело».

В страстную субботу заканчивался пост. В этот день хозяйки готовили праздничное угощение. Обязательно «стряпали» Rivelkuchen (сладкий посыпной пирог), Kuche, пекли Krepvel (печенье с начинкой из варенья или творога), Strudel, Klüms (заливной пирог).

В Пасхальное воскресенье российские немцы ходили друг к другу в гости. Гости хозяев приветствовали словами: «Gelobte Esus Kristus» (Слава Иисусу Христу!). А хозяева отвечали: «In Ewigkeit Amin» (Во веки веков аминь). Праздник сопровождался молитвенными песнями на немецком языке.

В настоящее время в результате массовой эмиграции, пришедшейся на 90-е гг. XX в., расширения дисперсного проживания немцев и увеличения смешанных браков многие элементы празднования Weihnachten и Ostern в селах Октябрьского района утрачены. В то же время российские немцы Октябрьского района по-прежнему чтят традиции своих предков и продолжают отмечать, как сами местные жители говорят, «Немецкое Рождество» и «Немецкую Пасху», хотя по весьма упрощенной форме.

Одной из составных частей народных традиций является обряд. До сегодняшнего дня в д. Барсучье Октябрьского района сохранился обычай, который сами немцы называют «крестным ходом». В засушливую погоду, в основном это был июль, немцы совершали крестный ход вокруг деревни. Во главе колонны несли икону Божьей матери, затем крест и два флага – черного и красного цветов. В основном в шествии участвовало пожилое население деревни. В молитвенных песнях они просили у Бога дождя. Все респонденты, которые рассказывают о данной традиции, единогласно заявляют, что после совершения обряда дождь шел несколько дней.

Заключение

Несмотря на то, что народные обряды и традиции у российских немцев Октябрьского района в той или иной форме (устной или наглядной) сохранились до настоящего времени, многие из них находятся на грани исчезновения, что определяется рядом причин. С каждым годом сокращается количество лиц, способных с филигранной точностью воспроизвести те элементы народных традиций, которые в XVIII в. были принесены переселенцами из германских земель в Россию. В результате влияния русской культуры и культуры современной Германии, а также увеличения смешанных браков, молодое поколение не так строго относится к проведению праздников по канонам предков. Сокращение численности населения (с 2962 в 1989 г.¹⁹ до 773 чел. в 2010 г.²⁰), населенных пунктов, где немцы проживали компактно (с 5 в 1989 г. до нуля в 2002 г.), и исчезновение больших сельских общин привели практически к полному вымиранию нормы коллективного исполнения религиозных традиций.

ЛИТЕРАТУРА

- Арутюнов, С.А. 1989: *Народы и культуры: развитие и взаимодействие*. М.
Арутюнов, С.А. 1981: Обычай, ритуал, традиция. *СЭ* 2, 97–99.
Баллер, Э.А. 1969: *Преемственность в развитии культуры*. М.
Бахтурина, А.Ю. 2013: «Лучше пусть немцы разорятся, чем будут шпионить»: немцы-колонисты и российское общество в годы «германской» войны. *Новый исторический вестник* 35, 6–32.
Бромлей, Ю.В. 1983: *Очерки теории этноса*. М.
Бромлей, Ю.В. 1973: *Этнос и этнография*. М.
Давидович, В.Е., Жданов, Ю.А. 1979: *Сущность культуры*. Ростов-на-Дону.
Козлов, В.И. 1967: О понятии этнической общности. *СЭ* 2, 100–111.
Лурье, С.В. 1997: *Историческая этнология*. М.
Маркарян, Э.С. 1981: Узловые проблемы теории культурной традиции. *Советская этнография* 2, 78–96.
Национальный состав населения... 1990: *Национальный состав населения Челябинской области (по данным Всесоюзной переписи населения 1989 г.)*. Челябинск.
Подосинов, А.В., Козлова, Г.Г., Глухов, А.А. 2001: *LINGUA LATINA. Латинско-русский словарь*. М.
Соколов, Э.В. 1981: Традиции и культурная преемственность. *СЭ* 3, 56–58.
Сравнение итогов... 2014: всероссийских переписей населения 2002 г. и 2010 г. по Челябинской области. В сб.: *Статистический сборник*. Челябинск, 124–127.
Чебоксаров, Н.Н., Чебоксарова, И.А. 1985: *Народы, расы, культуры*. М.
Gellner, E. 1983: *Nations and Nationalism*. New York.
Kroeber, A. 1952: *The Nature of Culture*. Chicago.

REFERENCES

- Arutjunov, S.A. 1981: Obychaj, ritual, tradicija. *Sovetskaja jetnografija* 2, 97–99.
Arutjunov, S.A. 1989: *Narody i kul'tury: razvitie i vzaimodejstvie*. Moscow.

¹⁹ Национальный состав населения Челябинской области (по данным Всесоюзной переписи населения 1989 г.) 1990, 23.

²⁰ Сравнение итогов всероссийских переписей населения 2002 г. и 2010 г. по Челябинской области 2014, 126.

- Bahturina, A.Ju. 2013: «Luchshe pust' nemcy razorjatsja, chem budut shpionit'»: nemcy-kolonisty i rossijskoe obshhestvo v gody «germanskoj» vojny. *Novyj istoricheskij vestnik* 35, 6–32.
- Baller, Je.A. 1969: *Preemstvennost' v razvitii kul'tury*. Moscow.
- Bromlej, Ju.V. 1973: *Jetnos i jetnografija*. Moscow.
- Bromlej, Ju.V. 1983: *Ocherki teorii jetnosa*. Moscow.
- Cheboksarov, N.N., Cheboksarova, I.A. 1985: *Narody, rasy, kul'tury*. Moscow.
- Davidovich, V.E., Zhdanov, Ju.A. 1979: *Sushhnost' kul'tury*. Rostov-na-Donu.
- Gellner, E. 1983: *Nations and Nationalism*. New York.
- Kozlov, V.I. 1967: O ponjatii jetnicheskoi obshhnosti. *Sovetskaja jetnografija* 2, 100–111.
- Kroeber, A. 1952: *The Nature of Culture*. Chicago.
- Lur'e, S.V. 1997: *Istoricheskaja jetnologija*. Moscow.
- Markarjan, Je.S. 1981: Uzlovye problemy teorii kul'turnoj tradicii. *Sovetskaja jetnografija* 2, 78–96.
- Nacional'nyj sostav naselenija ... 1990: *Nacional'nyj sostav naselenija Cheljabinskoj oblasti (po dannym Vsesojuznoj perepisi naselenija 1989 g.)*. Cheljabinsk.
- Podosinov, A.V., Kozlova, G.G., Gluxov, A.A 2001: *LINGUA LATINA. Latinsko-russkij slovar'*. Moscow.
- Sokolov, Je.V. 1981: Tradicii i kul'turnaja preemstvennost'. *Sovetskaja jetnografija* 3, 56–58.
- Sravnienie itogov... 2014: Sravnienie itogov vsrossijskikh perepisej naselenija 2002 g. i 2010 g. po Cheljabinskoj oblasti. In: *Statisticheskij sbornik*. Cheljabinsk, 124–127.

THE PROBLEM OF KEEPING GERMAN RELIGIOUS TRADITIONS IN POLICULTURAL AREA OF RUSSIA

Oksana V. Petrenko

*Nosov Magnitogorsk State Technical University, Magnitogorsk,
petrenko_ov@mail.ru*

Abstract. The article is devoted to the problem of keeping the Russian Germans traditions. The author points to the multifaceted character of the concept 'tradition' and compares different theoretical approaches to the interpretation of this term. The author tries to reconstruct the course of celebration of such religious festive occasions as Weihnachten and Ostern. She focuses her attention on the specific features of these celebrations that are peculiar only to the German. The research is based on the data collected during ethnographical expeditions to Oktyabrskij district of Chelyabinsk region by means of observations, interviews and questionnaire polls.

The analysis of all the materials revealed that the Russian Germans kept the belief and traditions of the ancestors despite Soviet antireligious propaganda. Some Christmas and Easter celebration canons remained intact till the end of the 20th century due to the densely populated settlements where the German prevailed.

Nowadays the Russian Germans are losing their traditions step by step. It is caused by overgrowing number of mixed marriages and by scattering over unbounded Russian territories.

The recent public opinion poll made among the Russian Germans showed that the young generation doesn't pay so much attention to their traditions.

Key words: Germans from Russia, ethnic culture, religious traditions, customs, Oktyabrskij district of Chelyabinsk region, multicultural environment, ethnographic expedition

ИЗ ИСТОРИИ НАУКИ



Problemy istorii, filologii, kul'tury
3 (2016), 285–294
© The Author(s) 2016

Проблемы истории, филологии, культуры
3 (2016), 285–294
© Автор(ы) 2016

ЯЗЫК ПОСЛАНИЯ АФОНСКОГО СТАРЦА МАКСИМА ГРЕКА ВЕЛИКОМУ КНЯЗЮ РУСИ ВАСИЛИЮ ИВАНОВИЧУ (к 1000-летию основания русского православного монашества на Афоне)

С.Г. Шулежкова

*Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова,
Магнитогорск,
shulezkova@gmail.com*

Аннотация. За 1000 лет существования русского православного монашества на Афоне Русь не прекращала конфессиональных контактов с Грецией и центром ее монастырей. Одна из самых ярких страниц в истории этих взаимоотношений – приезд в Московию в первой четверти XVI в. Максима Грека, который в России проявил себя как выдающийся писатель, переводчик и богослов. В статье сосредоточивается внимание на малоизученной стороне наследия афонского инока – на особенностях языка одного из его первых оригинальных произведений, написанных по-русски. Материалом исследования послужило Послание царю Василию Ивановичу, которым Максим Грек сопровождал перевод Толковой Псалтыри. Толковая Псалтырь была опубликована только один раз, в 1897 г. Ее язык ждет своих исследователей, однако основным переводческим принципам, выработанным в ходе подготовки славянского текста Толковой Псалтыри, Максим Грек следовал затем неукоснительно. Это ориентация высокого книжно-славянского стиля русского литературного языка на нормы древнейших славянских текстов, близких к Кирилло-Мефодиевским переводам, и умеренная русификация. Данные принципы Максим Грек распространил и на оригинальные свои произведения. На фонетическом уровне это проявилось в отсутствии слов с полногласиями, с начальными восточнославянскими ро-, ло-, в регулярном использовании **щ** на месте *t+j и пр.; на морфологическом – в активном использовании устаревших падежных форм именных частей речи; на синтаксическом – в обилии архаических средств связи, в употреблении дательных самостоятельных оборотов. Умеренная русификация коснулась фонетического облика ряда антропонимов, сказалась на лексико-фразеологическом составе Послания в тех его фрагментах, где отражаются реалии русской жизни. Выполненное в стиле «плетения словес», это произведение отразило основ-

Шулежкова Светлана Григорьевна – доктор филологических наук, профессор кафедры русского языка, общего языкознания и массовой коммуникации Магнитогорского государственного технического университета им. Г.И. Носова. E-mail: shulezkova@gmail.com

ные тенденции развития славянской разновидности русского литературного языка эпохи усиления Руси, осознававшей себя оплотом православия.

Ключевые слова: Максим Грек, Русь, Послание, Псалтырь, норма, литературный язык

Введение

1000-летний юбилей русского монашества на Афоне, который широко отмечается и в России, и в Греции, – подходящий повод для того, чтобы вспомнить о замечательных деяниях одного из афонских старцев греческого происхождения, ставшего выдающимся русским писателем XVI столетия. Пять веков тому назад произошло событие, в котором для отечественной истории как будто бы не было ничего экстраординарного. Великий князь всея Руси Василий Иванович, осознававший себя защитником православия, главой страны, претендовавшей на роль наследницы Византии, отправил на Афон, в Грецию, чьи земли уже более полувека находились под гнетом Османской империи, посольство. Помимо прочих дел, русским послам было велено доставить в Москву ученого монаха для перевода с греческого языка на русский Толковой Псалтыри. Итогом успешных переговоров с монахами Ватопедского монастыря стало прибытие в Москву инока Максима Грека, успевшего прославиться своей ученостью не только в родной обители, но и в целом на Афоне, который издавна служил прибежищем для христиан-отшельников¹. В Средние века, до захвата турками Константинополя, контакты между славянскими странами и Византией были обычным явлением. Д.С. Лихачев пишет о том, что для славян того времени была типичной «подвижность интеллектуальной части феодального класса. Эта подвижность имела за собой общие основания в виде единой для всех южных и восточных славян церковной ориентации, наличия многочисленных центров общения славянства – монастырей Афона, Константинополя, Иерусалима, Синая и других, существования общего языка и, в конечном счете, общей культуры-посредницы»². Культурные контакты, зародившиеся во времена расцвета Византийской империи, продолжались и в XVI в. Сердцевиной славянской «рецензии» византийской культуры была литература, состоявшая в значительной части из переводных сочинений. Русичи, как и другие славянские народы, освоившие понятный для них язык просветителей Кирилла и Мефодия, «не были провинциальными самоучками, ограниченными местными интересами и местными традициями. Через Византию и другие страны они дышали воздухом мировой культуры. Они развивали свою общую и местные культуры на гребне общеевропейского развития»³. И одним из величайших достижений русской культуры в результате такого тесного взаимодействия стал русский литературный язык, пропитанный соками кирилло-мефодиевских переводов.

Переводческая и собственно литературная деятельность Максима Грека в Московии проходила в условиях укрепления позиций книжно-славянской разновидности русского литературного языка. Афонский старец принял активнейшее участие в культурном строительстве восточнославянского государства и стал на

¹ См. о судьбе Максима Грека в кн.: Ковтун, Сеницына, Фонкич 1973; Сеницына 1977; Лихачев 1983, 337–339; Сеницына 2008; Столярова 2012.

² Лихачев 1973, 31–33.

³ Лихачев 1973, 34.

Руси одним из самых авторитетных писателей и богословов. Его перу принадлежит около 350 переводных и оригинальных сочинений.

Послание Великому князю всея Руси Василию Ивановичу⁴ было написано в честь окончания работы над переводом Толковой Псалтыри, ради которой и был приглашен Максим Грек в Москву. Многих «потов» стоил этот труд и самому посланцу Ватопедского монастыря, и его «причастникам» – русским толмачам и каллиграфам, – а также братьям во Христе, сопровождавшим его из Греции в «варварскую Русь». Завершив этот труд, Максим Грек считал свой долг перед Великим князем и перед Москвией выполненным. Он ожидал достойного вознаграждения и прежде всего разрешения вернуться в родной монастырь. Этими чувствами пронизан весь текст внушительного Послания, сыгравшего одновременно и роль предисловия к прекрасно осуществленному рукописному переводу Толковой Псалтыри.

К XVI в. предисловия различных книг, имевших хождение в славянских странах, сложились как особый литературный жанр. Как верно заметил А.С. Демин, даже на примере «дошедших древнерусских четых рукописей XI–XII вв. можно увидеть, что предисловия являлись относительно самостоятельной частью рукописных книг», а в их роли могли выступать не только прологи, поучения, но и послания⁵. Известная исследовательница творчества Максима Грека Л.И. Журова, подготовившая к изданию его авторские тексты с основательным научным комментарием⁶, пишет: «Самым популярным жанром публицистики XVI в. было послание, часто открытое послание, переходящее в трактат»⁷. Предисловие, выполненное в форме послания, – оригинальное творение. И если Толковая Псалтырь, преподнесенная в дар царю Василию III, была творчески выполненным переводом целого коллектива сотрудников, которым руководил приезжий ученый муж, то Послание, предваряющее ее текст, – это одно из первых светских сочинений, написанных Максимом Греком на некогда чуждом ему книжном языке Московской Руси. Данные обстоятельства в сочетании с жанровой выдержанностью способствовали тому, что у Послания к великому князю Василию Ивановичу сложилась более счастливая судьба, чем у основного текста Толковой Псалтыри. Послание начало «путешествовать» по различным рукописным сборникам в отрыве от произведения, во имя которого было создано⁸. Не случайно в 2008 г. оно было опубликовано в составе нового издания сочинений на основе тщательного анализа 12-ти дошедших до нас списков⁹. В данной статье в качестве основного источника используется тот вариант Послания, который предпослан пока единственному изданию «Толковой псалтыри» (Толковая псалтырь 1897).

Для исследователя творчества Максима Грека Послание 1522 г. представляет особую ценность. В нем можно обнаружить реализацию основных принципов нормализации книжно-славянской разновидности русского литературного языка выдающегося писателя Московской Руси XVI в. Эти принципы были определены Максимом Греком в процессе перевода с древнегреческого языка на «русский»

⁴ Послание 1522.

⁵ Демин 1981, 13.

⁶ Журова 2008, 2011.

⁷ Журова 2012, 195.

⁸ См. о судьбе переводов и посланий Максима Грека в кн.: Буладин 1984.

⁹ Максим Грек 2008, 159–166.

самого объемного из всех сочинений, переводами которых он занимался в Москве. Работа над Толковой Псалтырью потребовала от ученого-полиглота не только широчайшей исторической, философской, филологической эрудиции, но и эстетического вкуса, и лингвистического чутья. За очень короткий срок Максим Грек сумел оценить необычайное богатство церковнославянского языка русского извода, а также гибкость, образность, красоту и выразительность русской разговорной речи. Нормализация книжно-славянской разновидности русского литературного языка с опорой на кирилло-мефодиевские традиции в их афонской разновидности и умеренная русификация стали основными ориентирами не только переводов ватопедского старца, но и его оригинальных сочинений, что подтверждает язык анализируемого Послания, где эти ориентиры прослеживаются на всех уровнях: фонетическом, морфологическом, синтаксическом, лексико-фразеологическом.

При этом автор опирается на кирилло-мефодиевскую языковую систему с учетом ее трансформации, которую она претерпела за пять веков адаптации на восточнославянской почве, превратившись в церковнославянский язык русского извода. Так, например, около 150 раз в тексте Послания употреблены лексемы, в состав которых входят морфемы с неполногласными сочетаниями, характерными для старославянского языка. И ни разу автор не использовал восточнославянских параллелей к этим словам: *благыхъ, владыкоу, возвращение, в праздньствѣ, враждова, времени, времѧ, гласа, изгласи, кратка, непререкаемое, нравы, от подвластных, повреди, прахъ, пребысть, предложи, предстателей, прежде, прелесть, преложение, премирие, преславнѣиша, скращеннѣ, сладости, хранилище* и т. д.

С такой же неукоснительностью Максим Грек следует южнославянским нормам в отношении начальных корневых и приставочных сочетаний *ра-, ла-*. В тексте Послания читатель не встретит слов с начальными русскими *ро-, ло-*, если у них есть южнославянские параллели с *ра-, ла-*. Ср., например: в *разоумѣни, неразоумно, по разоумоу, работы, равно, различіе, различными, различныхъ, разсыпаемымъ, разсѧна, разоумъ, разоумныхъ, растленна, растлить, оуразоумѣти* и пр.

Обращает на себя внимание полное отсутствие в Послании следов восточнославянского *ч* на месте общеславянских **t+j* или **gti, kti*. Везде в соответствующих случаях употребляется *щ* как южнославянский результат палатализации. См., например: *бѣдоушымъ, внимающе, вовеши, возвращение, возвращымсѧ, дышающа, единосѣишемъ, защищахоу, истекающимъ, мощи* ('мочь'), *просвѣщено, свѣтѣщаго, сѣща, сѣщество, сѣщимъ, сходѣща* и пр.

Как типично южнославянское следует рассматривать и начальное *је-* в корнях языковых единиц, где у восточных славян в результате второй лабиализации возник *о*, и начальное *а*, соответствующее восточнославянскому *ја*. Из слов с начальным *је* в тексте Послания чаще всего фигурирует многозначная лексема *единъ*: *Ѡ единаго <...> нач(ѧ)ла ѡбоѧ исходѣща; Ѡ перваго ѡбо і единаго <...> и ѡ(а)рства помазание сходѣще; призывалъ <...> савѣ некоего единаго сѣицѣ Ѡ <...> честныхъ с(вѧ)щенникъ; по лѣтъ единомъ и пѣти м(ѣ)сѣцехъ сподобивсѧ в конецъ изнести; повѣдающе бо ѡ единомъ нѣкомъ; единымъ словомъ <...> сокровище извити* и пр. Данью церковнославянской традиции можно признать употребление союза *акы* с начальным *а*: *акы в нѣкоемъ зерцалѣ <...> показуетъ, акы прахъ разсыпаемымъ, акы чловѣкъ ростію побѣженъ; акы разѣма дебелостію*

несѣще, **акы** благотворца восхвалѣют **тѣ** (6 случаев), – а также использование форм, отражающих действие 2-й и 3-й палатализаций со свистящими согласными на месте заднеязычных согласных: *в <...> зерцалѣ, в ковчезѣхъ, вл(ады)цѣ, воздвизает, во иноцѣхъ, во подвижѣхъ, в чл(овѣ)цѣхъ, нарицаніе, нарицатисѣ, начѣльницы, нѣцѣи, о книзѣ, по грѣсѣ, сладцѣ, стѣзающимсѣ, тѣжцѣ* и др.

Доказательством избирательной, умеренной русификации книжно-славянской разновидности литературного языка на фонетическом уровне могут служить последовательное использование в Послании восточнославянских вариантов, отражающих следствие смягчения зубного согласного *d под влиянием *j [(воз)вожсѣ, воѡрѣжсѣ, воѡрѣжсены, воѡрѣжсити, в разоужсѣи, всажсѣнаго, по возвожсѣи, к превожсѣи, надежа, наслажатисѣ, наслажсѣе, на оутвержсѣе, неодоуб разоужсѣемо, ороужсѣе, оовоужсѣнымъ, ѿ невѣжсѣства, побѣжсѣнъ, преже, рожсѣи, оуслажсѣа)], а также явное доминирование начального **ѣ** на месте южнославянского **ѣ** на 6 случаев употребления формы союза **акы** приходится около 40 случаев использования формы **ѣко**; *ѣко же преди рѣхъ; оудивисѣ <...> ѣко ѡслѣ; ересь защищахоу, ѣко ѡтрока имъ прилагаема сужсѣна бывша аѡанасіа; ко мнѣ видитсѣ; Вѣдомо же ѣко вносѣтсѣ і другаго кирила толкованіа; ѣко же с(вѣ)щ(е)ннаѣ пѣс(нѣ) гл(агол)ет* и пр.

На морфологическом уровне книжно-славянские черты наиболее ярко проявляются через систему глагольных форм. В разговорном языке восточных славян перфект (без связки) уже в XIV в. фактически вытеснил некогда самую употребительную форму прошедшего времени – аорист. И именно аорист, как старый сигматический и несигматический, так и новый, использует Максим Грек. В самом начале Послания, ссылаясь на «великаго во царех Иустиніана», говорившего о неразрывной связи «священства» и «царства», дарованных Богом и исходящих «от единого начала», Максим Грек продолжает: *Истины ж сего б(о)ж(е)ственнаго слова многы образы бышѣ. і в ветхом завѣтѣ с(вѣ)щенников і ц(а)рей <...> Многы образы бышѣ і в новѣм завѣтѣ рекше селивестр папа, і константин ц(а)рь великий великий григорий б(о)гословъ. і ѡеодосій ц(а)рь великий...* Похвалы в честь великого князя всея Руси и митрополита Варлаама от имени всех «причастников» перевода Толковой Псалтыри автор предваряет фразой *Добрѣ оубо рѣхомъ*. Почти 70 раз аорист появляется на страницах Послания, из них более 30 случаев – формы 3-го лица ед. ч. (*бѣ, вниде, воздвиже, даде, дарова, доиде, избависѣ, извлече, изгласи, изложи, исполнисѣ, нарече, наречесѣ, повреди, подарова, познасѣ, полоучи, прииче, разтлѣ, рече, сотвори, списа, оуготова, оудивисѣ, оумре* и пр.). Кроме того, примерно в равных пропорциях использованы формы 1-го лица ед. ч. (*рѣхъ, сподобихсѣ, соудихъ, оумыслихъ*), 1-го лица мн. ч. (*видѣхомъ, возмогохом, наоучихомсѣ, положихомъ, рѣхомъ, соскоудѣхомъ*), 3-го лица мн. ч. (*бѣшѣ, извлекошѣ, истолковашѣ, полоучишѣ, слышашѣ, списашѣ, стѣжашѣ*). В большинстве случаев аористные формы Послания обозначают действия, совершенные людьми, которые занимаются интеллектуальным трудом: читают, пишут, познают, комментируют, защищают определенные убеждения, осуждают чуждые для них догматы.

Гораздо реже использует Максим Грек формы имперфекта. Они появляются тогда, когда речь идет о взглядах, поступках, образе жизни философов, богословов, правителей из далекого прошлого: *Платон глаголаше; разоумъ нашъ <...>*

насыщашесѧ; мечъ видѧшесѧ обоюдоу ѿстръ; дидим <...> каковъ бѣ достоинствомъ, и когда цвѣтѧше, извѣстнѣ не имамъ гл(агол)ати; аполинаріи бо цвѣтѧше в та времена; три же тѣи моужы тогда ѿ единосѣцнѣмъ побарахоу противѣ иносѣцнаго зело встѣхъ превозшедше иже прежде і потомъ до мене ересь защищахоу; Астеріи же и тои единѣ познавашесѧ ѿ достигшихъ въ краинюю премѣдрость; Исихіи же <...> когда цвѣтѧше не имѣю извѣстнѣ гла(гола)ти.

Нормализация в пользу церковнославянских традиций прослеживается в регулярном употреблении Максимом Греком окончания *-аго(-го)* у полных порядковых числительных, прилагательных и причастий мужского и среднего рода ед. числа: *ѿ перваго ѿбо і единаго <...> помазаніе сходѧще, ѿ вышнѧго чл(овѣ)-колюбіа дана, ѿ единаго <...> нач(ѧ)ла исходѧща, наоученъ <...> ѿ свѣта словеснаго, кто <...> обрѧщесѧ <...> лѣше <...> Великаго і преславнаго князѧ всеѧ рѣси, имѣюща при себѣ правѧщаго архіерейскый престол, разоумѣнѧ ихъ приличнѣиши прор(о)чествѣ присвоившаго и т. д.* Окончания *-ого(-его)* в тексте Послания – редкое исключение (см., например: *богомоудрыхъ моужей <...> вкоупе собравшаго, комаръ всѧкого наковалъ на і млата превыше пребываетъ*).

Данью церковнославянским традициям следует признать и использование в Послании грамматических форм, которые в устной речи восточных славян уже могли восприниматься как архаизмы. К таковым относятся, например, регулярно проявляющаяся в исследуемом тексте способность кратких прилагательных и причастий склоняться и выступать в функции определений (ср.: *вносѧсѧ толкованіѧ кратка мѣжа благочестива і православна, даръ свершенъ свѣше естъ; того (Варлаама) слышѧша і оусерднѣиша обрѣтаетъ*); употребление форм звательного падежа, которые соседствуют с формами именительного падежа в функции обращения: *Ты же ѿ честнаѧ б(о)гоу і нарочитѣ любима и ц(а)р(с)каѧ д(оу)ша. ц(а)ремъ оубо древнимъ равно славна <...> благочестивѣиши ц(а)рю <...> великий князь василѣи івановичъ <...> Мнѣ же соуцѣмъ со мною братѣи возвращеніе ко свѣтѣи горѣ за всѧ просѧщимъ даровати да изволиши <...> дароуи намъ ѿ самодержче благочестивѣиши <...> тамо свершити намъ г(оспо)д(е)ви иноческаѧ обещаніѧ.* В приведенном отрывке дважды обращение выражено существительными, стоящими в звательном падеже, что соответствует церковнославянским требованиям, и дважды – в именительном в соответствии с процессами, происходившим в старорусском разговорном языке.

Текст Послания содержит еще одно доказательство следования Максима Грека церковнославянским нормам – сохранение безударного *-и* в глагольном окончании *-иши* 2-го лица ед. числа и в инфинитивном суффиксе *-ти*: *изволиши, даровати, свершити. быти, възвѣстити, возлагати, вооружити, воспрѣяти, восходити, вѣдати, гла(гола)ти, заключаѣти, изобилувати, извити, извлѣти, истерзати, исчитати, клѣсти, напаѣти, нарицатисѧ, объемлещи, отѣгчати, писатисѧ, повѣдати, полѣчити, поминаѣти, превосходити, преложити, преносити, прѣяти, свершити, свободити, созидати, сотворити, спострадати, творити, оубити, оузришисѧ, ѿкарѣти, ѿкланѣтисѧ, оуподобитисѧ, витисѧ.*

Синтаксис Послания соответствует требованиям стиля «извития словес». Развернутые конструкции с преимущественным использованием церковнославянских средств связи, обилие предложений с обособленными членами различного типа, особенно – распространенных определений, выраженных причастны-

ми оборотами, обеспечивают тексту книжную тяжеловесность, торжественность, художественную напряженность. См., например, фрагмент Послания, в котором Максим Грек восторженно отзывается о переведенной им и его помощниками Толковой Псалтыри: *С(вѣ)щеннѣ книга сіа древними мѣжы всѣчѣскою премѣдростію і тѣжестію разоумѣніи, оукрашенными составлена, тако оучащена е(сть) по всемѣ б(о)год(оу)хновенною премѣдростію, и разоумѣніемъ высочайшимъ, ко не токмо мою превосходити силѣ, но і аще некоемѣ иже выше мене дана бы была, не бы оубо беспотовѣ і мнѣгаго трѣда оудобѣ преплаваема*. Такой синтаксис вполне допускает даже использование дательного самостоятельного оборота, характерной структуры рукописных славянских текстов религиозного содержания X–XI вв. Так, описывая обстоятельства, приведшие его в Москву, Максим Грек сообщает, как сам Великий князь с благословения митрополита Варлаама «призывал (кстати, это единственный случай употребления перфекта в Послании!) ѿ ч(е)стныя ѿбители ватопеди. Савѣ нѣкоего единаго сѣцѣ ѿ иже в ней честныхъ с(вѣ)щенникъ, но емѣ за старость ѿрекшюусѣ <...> вмѣсто того послан бысть писавый сѣѣ

Высокая книжно-славянская разновидность русского литературного языка первой четверти XVI в. обеспечивалась соответствующим отбором лексико-фразеологических средств, и Максим Грек, рассуждая о вере, о власти земной и небесной, о святости и греховности, о монашеском служении, о долге правителя перед подданными, о жизни человеческой и смерти, о прочих волновавших его вещах, проявил жесткую последовательность, отдавая предпочтение предметным и атрибутивным языковым единицам, среди которых лидируют существительные с отвлеченными, абстрактными значениями. Текст Послания содержит примерно в пять раз больше предметных языковых единиц, нежели процессуальных. Отметим здесь лишь несколько особенностей словесного наполнения текста Послания:

1) большое количество сложных слов, отражающих один из продуктивнейших приемов словообразования в старославянском, а затем и в церковнославянском языке (*благодатію, благозаконіемъ, бл(а)госл(о)веніемъ, бл(а)гоч(е)стивѣшию, бл(а)гоч(е)стіе, б(о)гдохновенное, боговѣнчаннѣ, б(о)годарованное, б(о)год(оу)хновенных, богомѣдрых, богословствѣющимъ, богооудонѣ, богохранимому, в б(о)гословіи, велемѣдрыхъ, велелѣпнѣишии, великоименитый, в книгохранилицѣ, в предисловіи, вседивнѣ, добродѣтельнѣ, естествословствѣющимъ, животворѣющимъ, іносказательно, краткословенѣ, милосердѣишии, многолѣтнихъ, многоразличными, многостиховное, правооучительнымъ, ѿ единосѣицѣмъ, плодоносѣицими, православныхъ, пр(и)снопамѣтныхъ, ѿ многонаоученнѣишихъ, свѣтосѣаніемъ, трѣдолюбиваго, трѣдолюбнѣ, чл(овѣ)колюбіи, чл(овѣ)колюбца*);

2) обилие имен философов и богословов, имеющих отношение либо к содержанию Псалтыри, либо к ее толкованию (*Платонѣ, Оригенѣ, Дидимѣ, Аполлинаріи, Григоріи Великіи, Василіи Великіи, Иванѣ Златоустѣ, Григоріи Нисскіи, Аѣанасіи Великіи* и др.); имен библейских персонажей (*Ааронѣ, Давидѣ царѣ, Мойсей пророкѣ, Самоуилѣ пророкѣ, Саѣлѣ, Иисусѣ Наввинѣ* и др.), светских правителей прошлого (*Аркадий царѣ, Ѣеодосіи царѣ великий, Константинѣ Великіи, Великіи Іоустиніанѣ*) и церковных иерархов (*Аѣанасіи великий александрьскій предста-*

тель, Виктор презвитер, Иоаннъ антїохїиский, Кирилъ алектандрьскый предста-
тель, Никола презвитер, Севириан антїохїиский и др.);

3) наличие библейских устойчивых словесных комплексов (УСК) и УСК, сформировавшихся в христианской богословской литературе (апостольское уче-
нїе, арїанское неистовство, богодоухновенное писанїе, божїа слова, божїе даро-
ванїе, внити в сердца, во славу божїю, день постриженїа, дїаволъ прелесть, до-
уховное брашно, иноческаѧ обгьцанїѧ, отпоустити в миръ, положити стопы
в поуть, православная вѣра, православныѧ догматы, препоудрости исполнена,
согрѣшати Богу и др.).

Заключение

Таким образом, в Послании царю Василию Ивановичу 1522 г., одном из пер-
вых своих оригинальных сочинений, написанных на «русском», как он сам гово-
рил, языке, Максим Грек показал образец высокого «плетения словес», в котором
органично сочетались церковнославянские элементы и определенные восточно-
славянские языковые черты. Принципы переводческой деятельности, которых
придерживался посланец афонского Ватопедского монастыря, были реализованы
им и в оригинальном сочинении. Язык Послания-посвящения царю, приложенно-
го к переводу Толковой Псалтыри, отвечал духу времени, в котором жил и творил
афонский старец. Стиль этого произведения находится в гармонии с общими тен-
денциями развития русской культуры первой четверти XVI в. в целом и его ядра –
книжно-славянской разновидности русского литературного языка. В условиях
укрепления московского самодержавия, взявшего на вооружение идею «Москва –
Третий Рим», славяно-русский язык претендовал «на исключительное значение в
сфере высокой литературной идеологии. Величие литературного диалекта, отго-
роженного от повседневного делового языка и живой речи простых людей, долж-
но было символизировать высоту новой политической идеологии и культурный
блеск великорусского государства, выраставшего из недр феодализма»¹⁰.

ЛИТЕРАТУРА

- Буланин, Д.М. 1984: *Переводы и послания Максима Грека: Неизданные тексты*. Ленин-
град.
- Виноградов, В.В. 1978: Основные этапы истории русского языка. В кн.: *История русского
литературного языка. Избранные труды*. М., 10–64.
- Демин, А.С. 1981: Древнерусские рукописные книжные предисловия XI–XII вв. (на пути к
массовому адресату). В кн.: *Русская старопечатная литература (XVI – первая чет-
верть XVIII в.). Тематика и стилистика предисловий и послесловий*. М., 12–26.
- Журова, Л.И. 2008–2011: *Авторский текст Максима Грека: рукописная и литературная
традиции*: в 2 ч. Часть 1. Исследование. Новосибирск; Часть 2. Сочинения. Новоси-
бирск.
- Журова, Л.И. 2012: Автор и читатель в русской публицистике XVI века (постановка про-
блемы. *Вестник НГУ. Серия: история, филология* 12, 194–197.

¹⁰ Виноградов 1978, 32.

- Ковтун, Л.С., Синицына, Н.В., Фонкич, Б.Л. 1973: Грек и славянская Псалтырь: (Сложение норм литературного языка в переводческой практике XVI в.). В кн.: *Восточнославянские языки: Источники для их изучения*. М., 99–127.
- Лихачев, Д.С. 1973: *Развитие русской литературы XI – XVII веков. Эпохи и стили*. Ленинград.
- Максим Грек, преп. 2008: *Сочинения*. Т. 1. М.
- Синицына, Н.В. 1977: *Максим Грек в России*. М.
- Синицына, Н.В. 2008: *Максим Грек*. М.
- Столярова, В. 2015: Он не боялся обличать самого царя. В кн.: *Православие и мир. Форум книги*. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.pravmir.ru>.

REFERENCES

- Bulanin, D.M. 1984: *Perevody I poslanija Maxima Greka: Neizdannyje texty*. Leningrad.
- Dyomin, A.S. 1981: Drevnerusskije rukopisnye knizhnyje predislovija XI–XII vv. (na puti k massovomu adresatu). In: *Russkaja staropechatnaja literatura (XVI – pervaja chetvert' XVIII v.). Tematika i stilistika predislovij i posleslovij*. Moscow, 12–26.
- Kovtun, L.S., Sinicyna, N.V., Fonkich, B.L. 1973: Grek I slavyanskaja psal'tyr': (Slozhenije norm literaturnogo jazyka v perevodcheskoj praktike XVI v.). In: *Vostochnoslavyanskije jazyki: istochniki izuchenija*. Moscow, 99–27.
- Lichachev, D.S. 1973: *Razvitije russkoj literatury XI–XVII vekov. Epochi I stili*. Leningrad.
- Maxim Grek, prep. 2008: *Sochinenija*. Т. 1. Moscow.
- Sinicyna, N.V. 1977: *Maxim Grek v Rossii*. Moscow.
- Sinicyna, N.V. 2008: *Maxim Grek*. Moscow.
- Stolyarova, V. 2015: On ne bojalsya oblichat' samogo carya. In: *Pravoslavije i mir. Forum knigi*, <http://www.pravmir.ru>
- Vinogradov, V.V. 1978: Osnovnyje etapy istorii russkogo jazyka. In: *Istorija russkogo literaturnogo jazyka. Izbrannyje trudy*. Moscow.
- Zhurava, L.I. 2008–2011: *Avtorskij text Maxima Greka: rukopisnaja I literaturnaja tradicii: v 2 ch. Chast' I. Issledovanie*. Novosibirsk; Chast' II. *Sochinenija*. Novosibirsk.
- Zhurava, L.I. 2012: Avtor I chitatel' v russkoj publicistike XVI veka (postanovka problemy. *Vestnik NGU. Serija: istorija, filologija* 12, 194–197.

THE LANGUAGE OF MAXIMUS THE GREEK'S LETTER TO THE GRAND DUKE VASILIJ IVANOVICH (to a millennium of Russian orthodox monkhood on Mount Athos)

Svetlana G. Shulezhkova

*Nosov Magnitogorsk State Technical University, Russia,
shulezhkova@gmail.com*

Abstract. In Ancient Rus St. Maximus approved himself as an outstanding writer, translator and theologian. The author of this article focuses her attention on a really understudied part of the monk's literary body – the language of his first original work in Russian. Maximus' Letter to the Grand Duke Vasiliy Ivanovich has served as language material for this research. The Letter went with the translation of the Psalter which was published only once in 1897. Maximus the Greek worked out his own translation principles and followed them strictly in the Psalter and

later works. The first principle was the orientation of elevated book style of Russian literary language to the language of ancient Slavic texts, closed to the very first translations of Kirill and Mefodiy. The second – moderate russification. At the phonetic level, it was shown in lack of words with pleophony, with initial East Slavic **po**–, **lo**–, in regular use of **ѡ** on the place of ***t+j**, in prevalence of initial **a** over initial **ia** and so forth. At the morphological level – in active use of aorist and outdated case forms of nominal parts of speech. At the level of a sentence, the monk used a great amount of archaic conjunctions and dative absolute forms. Moderate russification concerned phonetic shape of some anthroponyms and affected lexicological and phraseological structure of the Letter in those its parts where Russian realities were depicted. The Letter reflected the main tendencies of development of elevated book style of Russian literary language in the period of Rus strengthening as Orthodoxy stronghold.

Key words: Maximus the Greek, Ancient Rus, Letter, Psalter, literary language, grammatical norm



СОДЕРЖАНИЕ

ФИЛОЛОГИЯ

МЕЖДУНАРОДНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ «РОССИЯ – ГЕРМАНИЯ: ИСТОРИЯ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ; ОБЩЕСТВЕННЫЕ ДВИЖЕНИЯ; ВЕРБАЛЬНЫЕ И ПОЛИТИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ПРЕОДОЛЕНИЯ КОНФЛИКТОВ» (Магнитогорск, 20 ноября 2016 г.)

ИНТЕРНАЦИОНАЛЬНЫЕ ЛОЗУНГИ В РУССКОМ КОММУНИКАТИВНОМ ПРОСТРАНСТВЕ. ОБЩЕЧЕЛОВЕЧЕСКИЕ ЦЕННОСТИ КАК ОСНОВА ТОЛЕРАНТНОСТИ

<i>Дядечко Л.П.</i> (Киев) – Фразеологическая судьба главного коммунистического лозунга в восточнославянских языках	5
<i>Костина П.М.</i> (Магнитогорск) – Лозунги и призывы библейского происхождения в русском языке	13
<i>Кузьмина Н.А.</i> (Санкт-Петербург) – Христианские мотивы в советских лозунгах	22
<i>Михайлова О.А.</i> (Екатеринбург) – Аксиологическая амбивалентность толерантности	28
<i>Чернова О.Е.</i> (Магнитогорск) – Ценности социальной системы как основа коммуникативной толерантности в лозунгах политических партий и общественных движений	37
<i>Шулежкова С.Г.</i> (Магнитогорск) – Обнимитесь, миллионы! (интернациональные крылатые выражения, выполняющие в русском языке «лозунговую» функцию) ..	43

ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА, ОТРАЖАЮЩИЕ НАЦИОНАЛЬНОЕ СВОЕОБРАЗИЕ РУССКОГО ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА XX – НАЧАЛА XXI в.

<i>Андреева С.Л.</i> (Магнитогорск) – «Прежде оружия – мы испытываем слово». Текстовые маркеры неограниченной лжи и ограниченной правды в государственной газете (по страницам романа Е. Замятина «Мы»)	57
<i>Анохина С.А.</i> (Магнитогорск) – Чиновники в лозунгах и лозунги чиновников	66
<i>Байрамова Л.К.</i> (Казань) – Лексема – фразеологизм – пословица / поговорка – афоризмы / крылатые слова – лозунг: все только о правде	73
<i>Жигулина Д.В.</i> (Орел) – Программные лозунги союза женщин России	79
<i>Осипова А.А.</i> (Магнитогорск) – Красное знамя – на Кремль! (к особенностям агитационных текстов Коммунистической партии Российской Федерации)	85
<i>Чурилина Л.Н.</i> (Магнитогорск) – Кризис самоидентификации россиян: лингвистический аспект	95

ЛОЗУНГОВЫЙ АРСЕНАЛ ГЕРМАНИИ XX – НАЧАЛА XXI в. АКТИВИЗАЦИЯ МОЛОДЕЖНОГО СЛЕНГА

<i>Becker J.M.</i> (Greifswald) – Losungen und Bildlosungen Als Träger Eines Aktuellen Diskurses In der Deutschen Öffentlichkeit 2015	103
<i>Kaiser B.</i> (Greifswald) – Die Politische Laufbahn Eines Sprichworts: Heute Rot, Morgen Tot.....	113
<i>Морозов Е.А.</i> (Магнитогорск) – Kiezdeutsch и язык Гёте – две вещи несовместные? (к вопросу о влиянии молодежного сленга на немецкий литературный язык)	119
<i>Рязановский Л.М.</i> (Санкт-Петербург) – Лозунги и девизы третьего рейха и их использование в нацистской пропаганде	128
<i>Михин А.Н., Михина О.В.</i> (Магнитогорск) – Молодежные лозунги и лозунги для молодежи в современном коммуникативном пространстве России и Германии	134

ВИЗУАЛЬНО-ВЕРБАЛЬНЫЕ ЖАНРЫ СОВРЕМЕННОГО ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА РОССИИ И ГЕРМАНИИ

<i>Вальтер Х.</i> (Грайфсвальд) – Политический плакат – зеркало своего времени.....	143
<i>Ворошилова М.Б.</i> (Екатеринбург) – Вербальное контекстуальное окружение нацистской символики в современном экстремистском дискурсе.....	150
<i>Грибан И.В.</i> (Екатеринбург) – «Фюрер в каждом из нас»: образ А. Гитлера и «Преодоление прошлого» в современной Германии	158
<i>Мокиенко В.М.</i> (Санкт-Петербург) – Лозунг и реклама в публицистическом дискурсе (общее и различное).....	167
<i>Позднякова Н.В.</i> (Магнитогорск), <i>Вальтер Х.</i> (Грайфсвальд) – Вы этой женщине сдали бы комнату в наём? (Секреты успешности плакатов в современном политическом дискурсе России и Германии).....	174

РОССИЙСКО-ГЕРМАНСКИЕ КОНТАКТЫ В XX – НАЧАЛЕ XXI в. И ИХ ОСВЕЩЕНИЕ В ОТЕЧЕСТВЕННОЙ И ЗАРУБЕЖНОЙ ИСТОРИОГРАФИИ

<i>Дорожкин А.Г., Коробков Ю.Д.</i> (Магнитогорск) – Формирование рабочего класса России и его региональных отрядов в оценке германской историографии XX в.	183
<i>Иванов А.Г.</i> (Магнитогорск) – Некоторые аспекты подходов Канады и Германии к решению глобальных проблем человечества и обеспечению международной безопасности на рубеже XX–XXI веков.....	191
<i>Колдомасов И.О.</i> (Магнитогорск) – Советская интеллигенция и союзники по антигитлеровской коалиции: взгляды и проблемы восприятия.....	200
<i>Любецкий А.Е.</i> (Магнитогорск) – Государство и семьи военнослужащих в годы Второй мировой войны: СССР, Германия, Великобритания – компаративный анализ .	211
<i>Потёмкина М.Н.</i> (Магнитогорск) – Конфликтные зоны эвакуации в СССР и способы их преодоления (1941–1945 гг.).....	219
<i>Стародубова О.Ю.</i> (Магнитогорск) – Формирование стереотипа противника в СССР 1930–1940-х гг. при оценке событий Первой мировой войны	227

**РУССКИЕ И НЕМЦЫ.
ФОРМИРОВАНИЕ СТЕРЕОТИПОВ В ОБЩЕСТВЕННОМ СОЗНАНИИ**

<i>Коробков Ю.Д.</i> (Магнитогорск) – Образ врага в массовом сознании российского общества в 1917 г.	236
<i>Коптякова Е.Е.</i> (Сургут) – Образ Германии в российской медиакартине мира	245
<i>Чернова Н.В.</i> (Магнитогорск) – Политическая атмосфера в Магнитогорске 1930-х гг., связанная с использованием на строительстве ММК немецких рабочих и специалистов	252
<i>Макарова Н.Н.</i> (Магнитогорск) – Немецкие колонисты и военнопленные в Магнитогорске. 1930-е – 1950-е гг.	260
<i>Буряк Е.М.</i> (Магнитогорск) – Пресса конца 1950-х – начала 1960-х гг. как канал формирования общественного сознания в СССР	269
<i>Петренко О.В.</i> (Магнитогорск) – Проблема сохранения религиозных традиций немцев в поликультурной среде России	278

ИЗ ИСТОРИИ НАУКИ

<i>Шулежкова С.Г.</i> (Магнитогорск) – Язык послания афонского старца Максима Грека Великому князю Руси Василию Ивановичу (к 1000-летию основания русского православного монашества на Афоне)	285
---	-----

PHILOLOGY

INTERNATIONAL CONFERENCE

**“RUSSIA – GERMANY: THE HISTORY OF THE RELATIONSHIP;
SOCIAL MOVEMENTS; VERBAL AND POLITICAL MEANS OF
OVERCOMING CONFLICT”**

(Magnitogorsk, 20th of November 2016)

**INTERNATIONAL SLOGANS IN THE RUSSIAN COMMUNICATIVE
SPACE. UNIVERSAL VALUES AS THE BASIS OF TOLERANCE**

<i>L.P. Dyadechko</i> (Kiev) – The Phraselological Fate of the Main Communist Slogan in Eastern Slavic Languages.....	5
<i>P.M. Kostina</i> (Magnitogorsk) – Slogan and Appeals from the Bible in the Russian Language	13
<i>N.A. Kuzmina</i> (Saint-Petersburg) – Christian Themes in Soviet Slogans.....	22
<i>O. A. Mikhaylova</i> (Yekaterinburg) – Axiological Ambivalence of Tolerance	28
<i>O.E. Chernova</i> (Magnitogorsk) – Values of Social System as a Basis of Communicative Tolerance in Slogans of Political Parties and Civil Social Movements	37
<i>S.G. Shulezhkova</i> (Magnitogorsk) – You Millionce, Embrace! (International Catchphrases as the Slogan Base)	43

**LANGUAGE MEANS REFLECTING THE NATIONAL IDENTITY OF THE
RUSSIAN PUBLICISTIC DISCOURSE OF THE 20th – BEGINNING OF
THE 21st CENTURY**

<i>S.L. Andreeva</i> (Magnitogorsk) – “Before You Use a Weapon, We Will Apply the Word Text Markers for Unlimited Lie and for Little Truth in the State Newspaper (Through the Pages of E. Zamyatin's Novel “We”)	57
<i>S.A. Anokhina</i> (Magnitogorsk) – Official in the and Slogans of the Officials	66
<i>L.K. Bayramova</i> (Kazan) – Lexeme – Phraseologism – Proverb/ Sayings – Aphorism – the Slogan: Everything is Only about the Truth.....	73
<i>D.V. Zhigulina</i> (Orel) – Major Slogans of the Women’s Union of Russia.....	79
<i>A.A. Osipova</i> (Magnitogorsk) – The Red Banner on the Kremlin! (to Special Traits of Agitation Texts of the Communist Party of the Russian Federation).....	85
<i>L.N. Churilina</i> (Magnitogorsk) – Crisis in Russian Self-Definition: Linguistic Aspect.....	95

**GERMAN SLOGAN ARSENAL OF THE 20th – BEGINNING
OF 21st CENTURY. INTENSIFICATION OF YOUTH SLANG**

<i>J.M. Becker</i> (Greifswald) – Slogans and Posters from an Actual Public Discourse in Germany in 2015	103
--	-----

<i>B. Kaiser</i> (Greifswald) – The Political Carreer of a Proverb Heute Rot, Morgen Tot.....	113
<i>E.A. Morozov</i> (Magnitogorsk) – Kiezdeutsch and Goethe's Language – Incompatible Things? (Revisiting the Influence of German Youth Slang on Hochdeutsch)	119
<i>L.M. Ryazanovskiy</i> (Saint-Petersburg) – Slogans and Mottoes of the Third Reich and the Way Nazi Propaganda used Them.....	128
<i>A.N. Mikhin, O.V. Mikhina</i> (Magnitogorsk) – Youth Slogans and Slogans for the Young in Modern Communicative Space of Russia and Germany	134

VISUAL-VERBAL GENRES OF CONTEMPORARY PUBLICISTIC DISCOURSE OF RUSSIA AND GERMANY THE RUSSIANS AND THE GERMANS

<i>H. Walter</i> (Greifswald) – Political Poster – the Mirror of the Time	143
<i>M.B. Voroshilova</i> (Yekaterinburg) – Verbal Contextual Environment of the Nazi Symbols in Contemporary Extremist Discourse	150
<i>I.V. Griban</i> (Yekaterinburg) – “The Fuhrer in Each of Us”: an Image of A. Hitler and “Overcoming of the Past” in modern Germany	158
<i>V.M. Mokiyenko</i> (Saint-Petersburg) – The Slogan and Advertising in the Journalistic Discourse (Similarities and Differences)	167
<i>N.V. Pozdnjakova</i> (Magnitogorsk), <i>H. Walter</i> (Greifswald) – Would You Like This Woman to Rent the Room You? (Secrets of Successful Posters in Modern Political Discourse of Russia and Germany)	174

RUSSIAN-GERMAN CONTACTS IN THE 20th – BEGINNING OF THE 21st CENTURY AND THEIR COVERAGE IN THE DOMESTIC AND FOREIGN HISTORIOGRAPHY

<i>A.G. Dorozhkin, Yu. D. Korobkov</i> (Magnitogorsk) – The Formation of the Working Class of Russia and Its Regional Units in Assessing the German Historiography of the 20 th century	183
<i>A.G. Ivanov</i> (Magnitogorsk) – Some Aspects of Canadian and German Approaches to the Global Issues of Humankind and International Security at the Turn of the 20 th – 21 st centuries	191
<i>I.O. Koldomasov</i> (Magnitogorsk) – The Soviet Intelligentsia and the Anti-Hitler Coalition Allies: the Views and Perceptions of the Problem	200
<i>A.E. Lubeckiy</i> (Magnitogorsk) – The State and the Families of Solders during the Second World: the USSR, Germany, Great Britain – Comparative Analysis	211
<i>M.N. Potemkina</i> (Magnitogorsk) – Conflict Zones of Evacuation to the USSR and Ways of Their Overcoming (1941–1945)	219
<i>O.Y. Starodubova</i> (Magnitogorsk) – “The Enemy is strong but not fearful!” the Image of Enemy in the First World War in Soviet Propaganda of 1930–1940 s	227

THE RUSSIANS AND THE GERMANS. THE FORMATION OF
STEREOTYPES IN THE PUBLIC CONSCIOUSNESS

<i>Yu. D. Korobkov</i> (Magnitogorsk) – Image of the Enemy in Mass Consciousness of the Russian Society in 1917	236
<i>E.E. Koptyakova</i> (Surgut) – The Image of Germany in Russian Media Worldview	245
<i>N.V. Chernova</i> (Magnitogorsk) – Political Atmosphere in Magnitogorsk 1930 s., Related to the Use for the Construction of MMK German Workers and Specialists	252
<i>N.N. Makarova</i> (Magnitogorsk) – German Colonists and Prisoners of War in Magnitogorsk. 1930 s – 1950 s.....	260
<i>E.M. Buryak</i> (Magnitogorsk) – The Press of the Late 1950s – Early 1960s as the Channel of Public Consciousness Formation in the USSR.....	269
<i>O.V. Petrenko</i> (Magnitogorsk) – The Problem of Keeping German Religious Traditions in Policultural Area of Russia.....	278

PAGES OF HISTORIOGRAPHY

<i>S.G. Shulezhkova</i> (Magnitogorsk) – The Language of Maximus the Greek's Letter to the Grand Duke Vasiliy Ivanovich (to a Millennium of Russian Orthodox Monkhooood on Mount Athos).....	285
--	-----

ПРАВИЛА ДЛЯ АВТОРОВ

Редакция журнала «Проблемы истории, филологии, культуры» обращается к авторам с просьбой присылать статьи, оформленные по следующим правилам:

Статьи предоставляются в 1 экземпляре в электронной форме на CD или другом носителе (присылаются на e-mail: history@magtu.ru); текст должен быть напечатан в формате WORD 2003 (doc.), иллюстрации в одном из распространенных форматов (jpg. tiff). Тексты на греческом языке рекомендуется набирать в формате Unicode.

Объем статей не должен превышать 1 авт. л., рецензии – 1 авт. л., шрифт Times New Roman, кегль 14.

К статье необходимо прилагать резюме **на русском и английском языках** (термины подлежат обязательному переводу; иностранные фамилии и географические названия даются в оригинале). Резюме **не менее двухсот слов и список ключевых слов (не более десяти)**, а также **почтовый и электронные адреса авторов, место работы и должность!!!!**

Ссылки даются в подстрочных примечаниях (в конце каждой страницы) со сквозной нумерацией по следующей системе: фамилия автора и год публикации без запятой, номер страницы, прим. (n., App., ect.), рис. (fig., Abb., ect.) или табл. (pl., Taf., ect.).

Например: Иванов 1972a, 536, рис.2; 1972б, 56-59; Salvatori 1995, 67-68 fig.1.

Если в книге или статье не указан автор, обязательно указывается редактор или составитель.

Для литературных произведений, цитируемых в тексте статьи, даются ссылки в подстрочных примечаниях.

Ссылки на газеты:

Pravda 21.05.1933.

Полевой материал автора:

ПМА 2010, РБ, Бакалинский р-н, д. Юльtimiровка, с. Ахманово.

Для архивных документов:

ОР РНБ. Ф. 316. Д. 161. Л.1.

РО ИРЛИ. Ф. 568. Оп. 1. №. 196. Л. 18-19 об.

ЛИТЕРАТУРА

Литература перечисляется в конце статьи в алфавитном порядке в двух списках (начала на языке статьи, потом транслитерированный список – **References**) по следующей форме:

Фамилия и инициалы автора **не выделяются** курсивом. Между фамилией и инициалами ставится запятая. За ними без знака препинания ставится год издания, после него двоеточие и название работы. В конце библиографического описания год не повторяется.

Курсивом выделяется источник, из которого взята библиографическая статья, то есть, в случае, если это монография или сборник – курсивом выделяется само название монографии/сборника, например:

Для книг:

Галанина, Л.К. 1997: *Келермесские курганы (Степные народы Евразии, I)*. М.

Alexander, C. 1928: *The Metropolitan Museum of Art Jewelry. The Art of the Goldsmith in Classical Times*. London–New York.

Для литературных произведений:

Толстой, Л.Н. 1980-1982: *Полное собрание сочинений*. М.

Пушкин, А.С. 1960-1968: *Собр. соч.*: в 10 т. М.

Пушкин, А.С. 1978: *Избранное*: в 3 т. М.

Для журнальных статей (обязательно указывается первая и последняя страницы статьи). Если это статья в журнале или сборнике, курсивом выделяется название журнала/сборника, оно **не отделяется** от названия статьи косыми чертами. Если указываемая Вами статья находится в сборнике или коллективной монографии (то есть не в периодическом издании), то в зарубежном описании перед ней ставится «**In:**», а в русском «**В сб.:**» или «**В кн.:**». Номер выпуска не отделяется от названия журнала знаками пунктуации. Страницы указываются через запятую после номера (для журналов) или после города выпуска (для сборников):

Ростовцев, М.И. 1917: Надпись на золотом сосуде из с. Мигулинской. *ИАК* 63, 106–108.

Аннинский, А.П. 2008: Беседа о странностях истории. *Родина* 2, 18–26.

Salvatori, S. 2000: Bactria and Margiana seals: a new assessment of their chronological position and a typological survey. *East and West* 50, 97–145.

Для статей/ глав в книгах и сборниках (обязательно указываются фамилия и инициалы редактора/ов книги или сборника, а также первая и последняя страница статьи).

Salvatori, S. 1998: Margiana archaeological map: the Bronze age settlement pattern. In: A. Gubaev, G. Koshelenko & M. Tosi (eds.), *The Archaeological Map of the Murghab Delta. Preliminary Reports 1990-95*. Rome, 57–65.

Для книг/статей без авторов:

Сайко, Э.В. (ред.) 2001: *Город в процессах исторических переходов, теоретические аспекты и социокультурные характеристики*. М.

Для электронных документов:

Городецкий, С. 2011: *Письма с фронта*. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.simonov.co.uk/biography.htm>

Brooke, R. 2010: *His actual reaction to war*. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.warpoetry.co.uk/brooke2.html>

References

Описание русских, украинских и других работ, написанных не латинским (английским, французским, немецким, итальянским и т.п.) алфавитом, начинается с транслитерированной фамилии автора(ов). **Важно:** необходимо использовать ту транслитерацию фамилии(й), которая используется в издании, на которое Вы ссылаетесь. Если там нет транслитераций, воспользуйтесь или наиболее распространенной транслитерацией этой фамилии (если возможно), или транслитерируйте согласно общим правилам (см. ниже). Сайт translit.net

Правила транслитерации

Русский язык

а	а	з	z	п	p	ч	ch	я	ya
б	b	и	i	р	r	ш	sh		
в	v	й	y	с	s	щ	shch		
г	g	к	k	т	t	ъ	"		
д	d	л	l	у	u	ы	y		
е	e	м	m	ф	f	ь	'		
ё	ye	н	n	х	hr	э	e		
ж	zh	о	o	ц	ts	ю	yu		

Украинский язык

а	а	ж	zh	м	m	ф	f	я	ja
б	b	з	z	н	n	х	h		
в	v	и	y	о	o	ц	c		
г	g	і	i	п	p	ч	ch		
г	g'	ї	i'	р	r	ш	sh		
д	d	й	j	с	s	щ	shh		
е	e	к	k	т	t	ь	'		
є	je	л	l	у	u	ю	ju		

Примеры:

Для литературных произведений:

Tolstoy, L.N. 1980–1982: *Polnoe sobranie sochineniy*. Moscow.

Для журнальных статей:

Anninskiy, A.P. 2008: Beseda o strannostyax. *Rodina* 2, 18–26.

Для книг/статей без авторов:

Sayko, E.V. (red.) 2001: *Gorod v protsessakh istoricheskikh perekhodov, teoreticheskie aspekty i sotsiokul'turnye kharakteristiki*. Moscow.

Для статей/ глав в книгах и сборниках:

Grantovskiy, E.A. 1981: O nekotorykh materialakh po obshchestvennomu stroyu skifov. "Rodstvenniki" i "druz'ya. In: A. Litvinskiy (red.), *Kavkaz i Srednyaya Aziya v drevnosti i srednevekov'e*. Moscow, 59–79.

Для электронных документов:

Gorodetskiy, S. 2011: *Pis'ma c fronta*, <http://www.simonov.co.uk/biography.htm>.

Сокращения

К статье должен прилагаться список всех встречающихся в ней сокращений с их расшивками

АО – Археологические открытия. Москва

IGBR – Inscriptiones graecae in Bulgaria repertae / G. Mihailov (ed.). Sofia, 1956.

- Между цифрами ставится короткое тире (не дефис!), между цифрами и тире пробелы не ставятся (н., 153–160; I–II вв. н.э.)
- Длинное тире (—) вообще не используется, как и буква «ё»
- Аббревиатуры для обозначения страниц не используются. Используются сокращенные обозначения для томов, колонок, таблиц, рисунков и т.д.

Статьи, оформленные не по правилам и без английского блока, к рассмотрению не принимаются. Решение о публикации принимается редколлегией на основе рецензирования рукописей и общим голосованием; о принятом решении сообщается авторам. Присланные в редакцию материалы не возвращаются.



Проблемы истории, филологии, культуры. № 3. 2016

Сдано в набор 23.08.2016. Подписано в печать 15.09.2016. Дата выхода 30.09. 2016.
Формат 70x100¹/₁₆. Печать офсетная. Усл. печ. л. 34,8. Уч.-изд. л. 33,9.
Бумага тип. №2. Тираж 440 экз. Заказ № .
Журнал распространяется бесплатно.

Свидетельство о регистрации ПИ № ФС77-58784 от 28 июля 2014 г.
в Федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий
и массовых коммуникаций (Роскомнадзор)
Учредитель: Абрамзон М.Г.
Соучредитель: Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования «Магнитогорский государственный
технический университет им. Г.И. Носова»

Редакция: 455038, г. Магнитогорск, пр. Ленина, 114, каб. 514а.
Издательство: ЗАО МДП, 455023, г. Магнитогорск, пр. К. Маркса, 69.
Типография: ЗАО МДП, 455023, г. Магнитогорск, пр. К. Маркса, 69.