



Игорь Витальевич Силантьев родился в 1960 году. Доктор филологических наук, профессор, заместитель директора Института филологии Сибирского отделения РАН, заведующий кафедрой массовых коммуникаций Новосибирского государственного университета. Главный редактор журнала «Критика и семиотика».

Автор книг «Сюжет как фактор жанрообразования в средневековой русской литературе» (Новосибирск, 1996), «Теория мотива в отечественном литературоведении и фольклористике» (Новосибирск, 1999), «Мотив в системе художественного повествования. Проблемы теории и анализа» (Новосибирск, 2001), «Поэтика мотива» (М., 2004).

И. В. Силантьев

ГАЗЕТА И РОМАН

И. В. Силантьев

ГАЗЕТА И РОМАН

Риторика дискурсных смешений



STUDIA PHILOLOGICA

S T U D I A P H I L O L O G I C A



РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАУК
СИБИРСКОЕ ОТДЕЛЕНИЕ
ИНСТИТУТ ФИЛОЛОГИИ

И. В. Силантьев

ГАЗЕТА И РОМАН

Риторика дискурсных смешений

*Ответственный редактор
Ю. В. Шатин*



ЯЗЫКИ СЛАВЯНСКОЙ КУЛЬТУРЫ
МОСКВА 2006

ББК 83.3Р
С 36



Издание подготовлено в рамках
Программы фундаментальных исследований Президиума РАН
«Этнокультурное взаимодействие в Евразии»
и при поддержке Фонда содействия отечественной науке

Утверждено к печати Ученым советом Института филологии
Сибирского отделения РАН

Силантьев И. В.

С 36 Газета и роман: Риторика дискурсных смещений /
Отв. ред. Ю. В. Шатин. — М.: Языки славянской культуры,
2006. — 224 с. — (Studia philologica).

ISSN 1726-135X
ISBN 5-9551-0117-9

В книге на основе единого подхода дискурсного анализа исследуются риторические принципы и механизмы текстообразования в современной массовой газете и в современном романе. Материалом для анализа выступают, с одной стороны, тексты «Комсомольской правды», с другой стороны, роман Виктора Пелевина «Generation “П”». В книге также рассматриваются проблемы общей типологии дискурсов. Работа адресована литературоведам, семиологам и исследователям текста.

83.3Р

В оформлении переплета использована фотография, сделанная автором

ISBN 5-9551-0117-9

© И. В. Силантьев, 2006
© Языки славянской культуры, 2006

СОДЕРЖАНИЕ

<i>Введение</i>	7
Дискурс. Тело дискурса. Высказывание. Высказывание и текст. Жанр. Жанр и дискурс. Дискурсные роли. Множественность дискурсов. Интертекстуальность vs. интердискурсивность. Интердискурсивность в журналистике. Текст в системе дискурсных взаимодействий	
<i>Часть I. ГАЗЕТА</i>	41
<i>Предисловие к первой части</i>	43
<i>Глава I. Границы газетного дискурса</i>	44
Среди людей и вещей. «Словно бы» и «как бы». Хронология. Территория. Институциональные маркеры	
<i>Глава II. Полидискурсивность газетного текста</i>	56
«Картина дня». Фрагментарность и целостность. От официоза до обывательской сенсации. Дискурс справедливости. Дискурс «верхов» и его деконструкция. Политический дискурс на улице. Еще о дискурсе «верхов». Где прячется «советский» дискурс. Сенсация в поле дискурса «болезненного сравнения». Частица «уже». Что такое «здоровый смысл»? «Заявление» о «просьбе» с «призывом». Привлекательность технического. В лабиринтах эпистолярной. Преодоление тематической фрагментарности. Порядок дискурсов. «Педсовет» и «политкухня»	
<i>Глава III. Газетные нарративы</i>	85
Процесс и факт. Факт и событие. Событие и нарратив. Два измерения нарратива. Событийность журналистского дискурса. Событие и хронотоп.	

Событие и чудо. Будущее повествовательное.
Интрига неудовлетворения. Анекдотичность га-
зетных нарративов

Глава IV. Агональность газетного дискурса. 114

Газета как игра в газету. Безграничное товарное
счастье. Доверительное второе лицо. Наруше-
ния доксы. Скрытые перформативы

Часть II. РОМАН 125

Предисловие ко второй части 127

Глава I. Риторика дискурсных смещений 131

Верховенство рекламного дискурса. Дискурс от-
кровения (сокровенного знания). Полидискурс-
сивность речи действующих лиц. Дискурсивные
взаимодействия в повествовательной речи рома-
на. Метафорика дискурсных смещений. Метони-
мика дискурсных смещений

**Глава II. Романый нарратив и его ироническое
преодоление. 164**

Татарский как Иванушка-дурачок. Татарский
как житийный герой. Татарский как фигура сю-
жетной иронии. «Переходная форма» от иронии
к цинизму. Кому принадлежат «тихие голоса»?

Заключение 190

Дискурсогенные факторы. Еще о порядке дис-
курсов. Множественность дискурсных классифи-
каций. Газета и роман

Литература 209

Указатель имен 215

Терминологический указатель 218

«Чтобы можно было, отложив роман, читать свежую и несвежую газету, и наоборот, отложив газету, полагать, что и не прерывались читать роман...»

Андрей Битов, «Пушкинский дом»

Введение

Дискурс

Человеческое общение не хаотично. Оно организуется и оформляется по-разному в зависимости от участников, целей, предмета и ситуации общения, в зависимости от социальных норм и культурных традиций. Каждый из нас владеет своим репертуаром коммуникативных практик. Мы о разном и по-разному говорим и пишем (а также слушаем и читаем) в кругу родных и друзей, на работе, на улице, на официальных приемах, в театре, университете, церкви. Термин «дискурс» на языке современной гуманитарной науки и означает устойчивую, социально и культурно определенную традицию человеческого общения¹. В многогранной реальности жизни, в ее разносторонних публичных и частных сферах мы являемся активными участниками различных и многих дискурсов — обиходного, официального, образовательного, научного, политического, публицистического, религиозного, эстетического и других.

Тело дискурса

Метафора тела в заголовке заимствована из языка программистов, которые говорят о «теле» алгоритма, взятом вне охватывающих его скобок раз-

¹ См. фундаментальные обзоры лингвистических и культурологических концепций дискурса в работах: *Чепкина Э. В.* Русский журналистский дискурс: текстопорождающие практики и коды. Екатеринбург, 2000. С. 5—18; *Макаров М. Л.* Основы теории дискурса. М., 2003. С. 83—99; *Карасик В. И.* Языковой круг: Личность, концепты, дискурс. М., 2004. С. 226—239.

личных служебных знаков и помет. Прямой и очевидный смысл этой метафоры здесь — это «то, из чего, собственно, состоит», или «то, что составляет» дискурс в предложенной выше трактовке этого понятия. Данная смысловая формула, в свою очередь, развивает семантическое поле нашей метафоры — теперь в ней легко ощутить привкус медицинских коннотаций: тело дискурса (для нас) — не целостное и замкнутое для проникновения, а открытое для расклада частей, их исчисления, анализа, интерпретации и инвентаризации.

Итак, из чего непосредственно состоит дискурс? С учетом основополагающих представлений о дискурсе, выдвинутых М. Фуко², ответ может быть таким: тело дискурса — это открытое множество *высказываний*, как осуществленных в практике коммуникации, так и возможных, предсущественных — однако высказываний не любых, а построенных в системе силовых линий социокультурного поля данного дискурса. В последнем отношении предложенное понимание дискурса не противоречит известным формулам Ц. Тодорова о дискурсе как структуре «после языка, но до высказывания»³ и Ю. С. Степанова о дискурсе как «особом использовании языка ... для выражения особой ментальности», а также «особой идеологии»⁴, или как о «языке в языке», «представленном в виде особой социальной данности»⁵.

² Фуко М. Археология знания. Киев, 1996. С. 63—71; 96—97; 117—118.

³ Тодоров Ц. Понятие литературы // Семиотика. М., 1983. С. 367.

⁴ Степанов Ю. С. Альтернативный мир, Дискурс, Факт и принцип Причинности // Язык и наука конца XX века. М.: РГГУ, 1995. С. 37.

⁵ Там же. С. 43.

Высказывание

Всякий ответ содержит новый вопрос. Мы выделили слово *высказывание* курсивом, это обязывает к очередному определению. В рамках бахтинской трактовки высказывания, сформулированной ученым в работе «Проблема речевых жанров»⁶, мы можем определить высказывание как целостную единицу общения, характеризующуюся такими базовыми свойствами, как *информационная, интенциональная* и *композиционная* завершенность (о *композиционных* свойствах высказывания будет сказано несколько ниже, в разделе о жанре).

Универсальное качество информации очень точно (и адекватно общегуманитарной парадигме) определяет В. И. Тюпа: «Информация есть явление локального изоморфизма взаимодействующих систем»⁷. При этом нужно иметь в виду, что информативно не только взаимодействие (или, для нас, дискурсивное соположение) двух формально внешних по отношению друг к другу моментов — информативно и соположение частей внутри целого, частей, которые это целое, охватывая их общими границами в дискурсе, вынуждает тем самым входить в отношения соположения. Это значит, что всякое высказывание внутренне диалогично уже в силу своей информативности: в нем сочетаются и взаимодействуют два плана — как представители «взаимодействующих систем» — план *темь* и план *ремь* (ср. наблюдения М. М. Бахтина о внутренней диалогичности словосочетания «все высокое и прекрасное»⁸).

⁶ Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества. М., 1979. С. 245—280.

⁷ Тюпа В. И. Прологомены к теории эстетического дискурса // Дискурс — 2/96. Новосибирск, 1996. С. 12.

⁸ Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества. С. 286.

Для примера сравним три высказывания, развернутые в плане прямой и единственной интенции информирования:

«*Топор — это инструмент*». Здесь все в порядке: налицо *неполный* («локальный») изоморфизм темы и ремы; высказывание вполне информативно.

«*Топор — это топор*». Перед нами ситуация *полного* изоморфизма темы и ремы; высказывание неинформативно.

«*Топор — это кокетка*». Это ситуация *полного отсутствия* изоморфизма темы и ремы; высказывание также неинформативно (если только не принимать во внимание процедуру вынужденного «наведения смысла» (в том числе переносного) воспринимающим сознанием — процедуру, посредством которой сознание как бы защищается от нежелательной (неконструктивной в плане естественного поиска смысла) неинформативности.

В порядке любопытного художественного примера отсутствия изоморфизма как основы полной неинформативности приведем текст из романа Виктора Пелевина «Generation “П”», который выступит объектом нашего анализа во второй части книги: «Гиреев поразил его (Татарского. — И. С.) своим нарядом — синей рясой, поверх которой была накинута расшитая непальская жилетка. В руках он держал что-то вроде большой кофемолки, покрытой тибетскими буквами и украшенной цветными лентами, ручку которой он вращал; несмотря на крайнюю экзотичность всех элементов его наряда, в сочетании друг с другом они смотрелись настолько естественно, что как бы нейтрализовывали друг друга. Никто из прохожих не обращал на Гиреева никакого внимания: *подобно фонарному столбу или рекламе «Пепси-колы», он выпадал из поля восприятия из-за полной визуальной неинформативности*»

(48⁹; курсив наш. — *И. С.*). «Визуальная неинформативность» Гиреева, очевидно, есть результат полного отсутствия изоморфизма между ним и окружающим миром.

Вернемся к теме. Другой вектор коммуникативной завершенности высказывания определяется его интенциональностью. Интенциональная структура высказывания может рассматриваться в рамках достаточно сложной и многоуровневой модели, как, например, у П. Ф. Стросона¹⁰. Не углубляясь в общую теорию интенциональности¹¹, обозначим это понятие в его существенности для нашего исследования: интенция — это коммуникативное намерение, которым сопровождается высказывание в общении¹².

Интенций высказывания может быть несколько и много, они могут быть разнохарактерные и раз-

⁹ Здесь и ниже текст романа цитируется по изданию: *В. Пелевин. Generation «П»*. М.: Вагриус, 2003, с указанием страниц в скобках.

¹⁰ *Стросон П. Ф.* Намерение и конвенция в речевых актах // Новое в зарубежной лингвистике. М., 1986. Вып. 17. Теория речевых актов. С. 151—170. См. обзор современного состояния проблемы интенциональности, составленный Т. Н. Ушаковой (Слово в действии: Интен-анализ политического дискурса / Под ред. Т. Н. Ушаковой, Н. Д. Павловой. СПб., 2000. С. 28—39), а также в работе: *Макаров М. А.* Основы теории дискурса. С. 35—38.

¹¹ См.: *Остин Дж.* Слово как действие // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 17. Теория речевых актов. М., 1986. С. 22—129; *Серль Дж.* Классификация иллокутивных актов // Там же. С. 170—194; *Грайс Г. П.* Логика и речевое общение // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 16. Лингвистическая прагматика. М., 1985. С. 217—237.

¹² *Арутюнов А. Р., Чеботарев П. Г.* Справочник «Интенции диалогического общения и их стандартные реализации» (Проект «Банки методических данных»: каталог коммуникативных единиц, интенции) // Русский язык за рубежом. 1993. № 5—6. С. 75—82.

ноуровневые по отношению друг к другу. Даже в простейшем, на первый взгляд, высказывании «Извините, могу ли я поинтересоваться, что Вы читаете?», обращенным мужчиной к симпатичной незнакомке, например, в салоне самолета, содержится ряд интенций, среди которых интенция прямой просьбы проинформировать занимает не самое важное место, а то и совсем ничего не значит. Обратное не работает: вне интенционального поля высказывание невозможно, оно тем самым теряет свой актуальный коммуникативный статус и превращается в абстрактное предложение (ср. знаменитое букварное «Мама мыла раму»). Другое дело, что важно правильно определить собственные границы высказывания, которые, естественно, далеко не всегда совпадают с границами лингвистического предложения: то же самое «Мама мыла раму», будучи одним из составных моментов букваря как сложного обучающего *высказывания-учебника*, попадает в общее интенциональное поле букваря и наделяется в нем подчиненной интенцией учебного примера.

Понятие интенции соотносимо с понятием коммуникативной стратегии, которое в настоящее время в различных аспектах разрабатывается в коммуникативной лингвистике¹³, риторике¹⁴ и нарратологии¹⁵. Применительно к категории дискурса мы рассмотрим это понятие ниже, здесь же сформулируем завершающий тезис данного раздела: оба вектора коммуникативной завершенности высказывания — информативный и интенциональный — в совокупности образуют его *актуальный смысл*, равно — но

¹³ Янко Т. Е. Коммуникативные стратегии русской речи. М., 2001.

¹⁴ Гойхман О. Я., Надеина Т. М. Основы речевой коммуникации. М., 1997.

¹⁵ Тюпа В. И. 1) Очерк современной нарратологии //

по-разному — обращенный к адресанту и адресату высказывания.

Высказывание и текст

Неотъемлемым качеством высказывания как единицы общения является его коммуникативная актуальность, его локализация в зоне актуальности коммуникативной ситуации. При этом сама зона актуальности может быть предельно различной — от моментального «здесь и сейчас» в повседневном дискурсе до монументального (либо в своей наивности, либо в лживости) «всегда и везде» дискурсов, встроенных в различные этажи духовной культуры и деятельности общества.

Текст — это высказывание, проецированное (нередко при помощи какой-либо дополнительной системы обозначений и фиксации в иной, более устойчивой материальной среде) в рамки *отложенной*, отстоящей во времени или пространстве коммуникации, а значит, это высказывание, в котором его коммуникативная актуальность носит не столько наличный, сколько потенциальный характер. Это значит, что в тексте актуальность высказывания уходит в план его интенциональной структуры.

Таким образом, неправильна формальная точка зрения, сводящая феномен текста только к моменту фиксации высказывания на каком-либо материальном носителе (бумага, глина и т. п.) при помощи определенной системы обозначений (например, системы письма).

Критика и семиотика. Новосибирск, 2002. Вып. 5. С. 5—31;
2) Основания сравнительной риторики // Критика и семиотика. Новосибирск, 2004. Вып. 7. С. 66—87; Кузнецов И. В. Проблема жанра и теория коммуникативных стратегий нарратива // Критика и семиотика. Новосибирск, 2002. Вып. 5. С. 61—70.

Высказывание и текст суть две стороны одного целого¹⁶, но это две различно акцентированные стороны: высказывание коммуникативно актуально, текст — коммуникативно потенциален. В то же время это значит, что высказывание *неотделимо* от своего текста в силу самого принципа своего осуществления. Наиболее отчетливо это видно в пластическом искусстве: что в скульптуре высказывание и что ее текст?

Другое дело, что высказывание, взятое в аспекте своей текстуальности, т. е. в своей обращенности к отложенной коммуникативной ситуации, может не вписаться в нее, не воплотить свой потенциал в смысл, свою интенцию в актуальность. И тогда высказывание умрет, раз или навсегда, и текст станет его могилой и его *памятником* (это словечко, кстати, весьма характерно для традиции изучения древних культур и литератур — но именно потому, что в этих традициях имеют дело с мертвыми высказываниями и произведениями, мертвыми языками и дискурсами).

Существенным является вопрос об отношении текста к дискурсу. В принципе, это отношение опосредовано моментом высказывания¹⁷. Дискурс, как мы определяли выше, как таковой состоит из высказываний (это два первичных в своей природе коммуникативных феномена), и, вслед за высказыванием, продолжает себя и возобновляет себя в текстах — всякий раз обновляясь при этом: «... воспроизведение текста субъектом ... есть новое, неповторимое событие в жизни текста, новое звено в исто-

¹⁶ Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества. С. 282.

¹⁷ Ср.: Карасик В. И. О типах дискурса // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс. Волгоград, 2000. С. 5.

рической цепи речевого общения»¹⁸. Следует только учитывать качественную меру этой закономерности: понятно, что дискурсы устной сферы общения (повседневный, многие тематические и многие профессиональные) опираются по большей части непосредственно на высказывания, которые не нуждаются в текстах. Понятно и обратное: дискурсы письменной культуры просто неосуществимы вне текстуального начала, поскольку сами высказывания, образующие «тела» таких дискурсов, изначально рождаются в текстах.

Жанр

Рассмотрим отношение категории жанра к категориям высказывания, текста и дискурса.

По существу, жанр есть тип высказывания в рамках определенного дискурса. Если это так, то по каким параметрам высказывания группируются в жанры? Каковы, другими словами, их характерные жанровые признаки?

Выделим две группы таких признаков: коммуникативные и текстуальные.

Коммуникативные признаки жанра охватывают интенциональное разно- и единообразие высказываний дискурса. Собственно говоря, именно по параметру коммуникативных интенций М. М. Бахтин выделял речевые жанры — первичные по отношению к другим в той мере, в какой повседневный дискурс первичен по отношению к дискурсам профессии и культуры. Соответственно, мы можем говорить о таких жанрах повседневного дискурса, как вопрос и ответ, приветствие и прощание, просьба и приказ, поздравление, сожаление и соболезнование и т. д. Сами названия таких жанров суть не что

¹⁸ Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества. С. 284.

иное, как базовые интенции, сопровождающие высказывания в рамках данных жанровых групп.

Вслед за П. Ф. Стросоном¹⁹, в коммуникативном аспекте жанра можно различать собственно интенциональную и конвенциональную составляющую. Например, *лекция* как жанр университетского образовательного дискурса интенциональна постольку, поскольку направлена на передачу фиксированного в определенных дисциплинарных рамках знания лицам, обучающимся в учебном заведении. При этом данный жанр конвенционален постольку, поскольку в рамках описанной выше интенции предполагает от участников дискурса определенное коммуникативное поведение: преподаватель должен излагать некое новое знание, а студенты должны внимать преподавателю, при этом студенты могут задавать вопросы по теме лекции, на которые преподаватель обязан давать достаточно определенные ответы в рамках данной темы и учебного предмета в целом. Конвенциональная сторона жанров в рамках дискурса тесно связана с феноменом дискурсных ролей, о которых будет сказано ниже.

Текстуальные признаки жанра характеризуют высказывание в плане структурности/композиционности его текста. Данные признаки малосущественны для элементарных речевых жанров (*первичных*, как их называл М. М. Бахтин²⁰) — их текстуальная структурность во многом сводится к лингвистической структурности (преимущественно синтаксической, но не только). В самом деле, структурные различия между вопросом и ответом в русскоязычной речи лежат в сфере языкового интонирования и,

¹⁹ Стросон П. Ф. Намерение и конвенция в речевых актах. С. 151—170.

²⁰ Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества. С. 239.

частично, в сфере порядка слов и собственно лексико-грамматического оформления высказывания. Гораздо большее, если не определяющее значение структура текста имеет для жанров, соотнесенных с дискурсами высшего порядка, или для *вторичных* жанров, по М. М. Бахтину. Это положение достаточно очевидно — как очевидны структурные различия в текстах, положим, коммерческого договора и делового письма.

Кстати говоря, и интенциональная структура вторичных жанров несравнимо сложнее и иерархичнее коммуникативных интенций первичных жанров. К примеру, каковы интенции романа как жанра в рамках литературно-художественного дискурса? Каков, прежде всего, общий коммуникативный статус романских интенций? Очевидно, что интенциональность романа в целом расположена в поле эстетических коммуникативных стратегий, и собственные, присущие жанру интенции романа, отвечают общим и частным целям (стратегиям) эстетического дискурса. Здесь мы переходим к вопросу о соотношении жанра и дискурса, в ходе рассмотрения которого ответим и на частный вопрос об интенциональном характере романа.

Жанр и дискурс

В принципе, дискурс как таковой идентифицируется в общем коммуникативном поле культуры и социальной деятельности постольку, поскольку реализует свою особенную, ему свойственную *коммуникативную стратегию*, — некую общую и в то же время специализированную коммуникативную *цель* и соответствующие ей дискурсивные *средства*²¹. Так,

²¹ Более развернутую модель коммуникативной стратегии дискурса см. в работе: Тюпа В. И. Основания сравнительной риторики. С. 66—87.

применительно к повседневному дискурсу можно говорить о коммуникативной стратегии *обыденного единения* людей посредством разнообразных форм прямого обмена текущей информацией, фатических коммуникативных актов и др. Применительно к образовательному дискурсу можно говорить о специфической коммуникативной стратегии *обучения и обмена опытом и знаниями*, что реализуется в различных дискурсных формах лекции, семинара, зачета, экзамена и др. (в варианте университетского курса).

Можно заметить, что мы в характеристике коммуникативной стратегии дискурса фактически пришли к терминологическому удвоению понятия жанра и дискурсной формы. Это, действительно, одно и то же, и далее мы будем преимущественно пользоваться привычным термином «жанр». Важно другое: коммуникативная стратегия дискурса выступает доминантой, своего рода «гипер-интенцией» по отношению к интенциональным характеристикам жанров (напомним, *типов высказываний*), составляющих целое дискурса. Так, основная интенция лекции — прямая передача преподавателем нового знания студентам, основная интенция семинара — обмен мнениями и подготовленными суждениями студентов и преподавателя, основная интенция публичной защиты курсовой работы — выполнение квалификационного задания и демонстрация студентом уровня владения навыками научной дискуссии. Нетрудно видеть, что все названные интенции — жанровые, по своему существу, — укладываются в единое целое коммуникативной стратегии дискурса образования как такового.

Вернемся к эстетическому дискурсу, и, в частности, к дискурсу художественной литературы.

Литературное произведение, будучи полноценным высказыванием в составе эстетического дискурса, *сообщает* читателю *героя* как персонифицированное ценностно-смысловое целое, отвечающее определенным граням эстетической парадигмы эпохи (мы намеренно уходим от традиционного словечка *изображает*, поскольку изобразительная способность литературы далеко не очевидна). В повествовательной литературе герой сообщается через инстанцию персонажа, явленного, в свою очередь, через фабульно-сюжетный континуум нарратива. Роман как один из типов (многих и разных) литературных произведений (эстетических высказываний) являет нам своего, особенного героя, ценностно-смысловая формула которого — *частный* человек, *становящийся* в своем жизненном целом, понятном как его *судьба*.

Дискурсные роли

До сих пор в характеристиках высказывания и дискурса мы не касались проблемы *субъектов* того и другого. Этот вопрос сложный и неоднозначный: *кто* собственно и в рамках какой *инстанции* высказывается и в целом участвует в дискурсе — и в целом по этой проблеме мы отсылаем читателя к недавней работе В. И. Тюпы, включающей сопоставление концепций субъектности дискурса у М. М. Бахтина и М. Фуко²².

С другой стороны, достаточно однозначно можно выделить спектр *дискурсных ролей*, которые говорящий (пишущий), с одной стороны, и слушающий (читающий), с другой стороны, принимают в пространстве дискурса.

²² Тюпа В. И. Основания сравнительной риторики. С. 66—87.

В самом деле, кто из нас не ловил себя на том, что в ситуациях обыденного общения, даже с самыми близкими людьми, мы по-разному, но при этом характерно беседуем о том и об этом, расспрашиваем о делах и здоровье, а о чем-то избегаем говорить, или говорим, наконец, о погоде, — не только и не столько потому, что нам *это действительно необходимо*, сколько потому, что *этого требует дискурс*. Мы не в силах выйти из властного поля дискурса, но нам этого и не нужно. Достаточно посмотреть на публичное поведение политиков и чиновников — в своей скованности правилами дискурса они напоминают средневековых рыцарей в тяжелых и неудобных латах (при этом раскрепощенные политические маргиналы только подчеркивают своим речевым шутовством власть дискурса — но это особая тема).

Попробуем для примера назвать дискурсные роли субъектов образовательного дискурса в его университетской реализации. Преподаватели: *всезнающий, готовый ответить на все вопросы и обо всем рассказать* (это очень трудная роль, предполагающая либо действительно сверхэрудированного специалиста, либо индивида самоуверенного и не уважающего студентов), *ищущий внимания со стороны студентов* (что подкупает, но и растормаживает последних), *добрый и ищущий вместе со студентами «истину»* (что чаще всего бывает ласковой неправдой). Любопытно — но характерно для ролевой структуры дискурса — субъект может менять дискурсные роли, выходя за рамки определенного жанра. Тот же добрый и ищущий вместе со студентами «истину» преподаватель на экзамене вполне может превратиться в *«цербера»* (это тоже дискурсная роль). Студенты: *«ботаник», сидящий в первом ряду и все записывающий; непричесанный «гений», ничего не пишу-*

щий, но задающий тонкие вопросы; некто, живущий какой-то совсем другой жизнью, не имеющей отношения к предмету курса, и др. (у студентов ролей больше, и при этом они более дифференцированы в гендерном плане).

Большой интерес представляют собой дискурсивные роли в журналистском дискурсе, в котором они, как правило, теснейшим образом переплетаются с профессиональным и личностным целым журналиста. Особенно очевидна эта связь в жанрах тележурналистики. Например, с жанром аналитической передачи соотнесены такие дискурсивные роли ведущего, как *эксперт* (либо отстраненный и только констатирующий факты, либо берущий право судить и выносить суждения и оценки — второе, кстати, больше нравится отечественному телезрителю), *резонер*, *ифонист*, *критик* (в том числе критик добрый и критик злой — что тоже нравится больше). Возможны и приветствуются в этой сфере и полностью творческие решения — такова, в частности, дискурсивная роль «*остранителя*» (прямо по В. Б. Шкловскому — рассказывать и комментировать так, чтобы читатель воспринял событие остраненно), которую разрабатывал в серии своих программ Леонид Парфенов.

Близкое к дискурсивной роли понятие формулирует М. А. Макаров, говоря о коммуникативных ролях как «более или менее стереотипных способах поведения и взаимодействия в рекуррентных ситуациях общения»²³, однако это понятие задается исследователем не через начало собственно дискурса, а через антропоцентрическое начало «языковой личности»²⁴. В принципе, связь определенного репертуара дискурсивных ролей и языковой личности коммуниканта действительно становится значимой

²³ Макаров М. А. Основы теории дискурса. С. 217.

²⁴ Там же.

в публичных по своему характеру дискурсах (как мы это видим на примере дискурса журналистики).

В. И. Карасик также говорит о «статусно-ролевых и ситуационно-коммуникативных ампулах» дискурса²⁵. Однако исследователь усматривает наличие таких «ампул» только в институциональных дискурсах, мы же — и в «персональных», если пользоваться его терминологией (о дихотомии «институционального» и «персонального» в типологии дискурсов см. в следующем разделе, а также в заключении нашей книги).

Как можно было видеть, дискурсные роли достаточно очевидно соотносимы с жанровой системой дискурса, во всяком случае, реализуются они в рамках того или иного жанра, и испытывают тяготение к интенциональной стороне этого жанра.

При этом было бы неправильным сводить дискурсные роли к разновидностям поведения индивида в психологическом смысле этого слова: это именно *роли в пределах дискурса*, и один и тот же человек может выступать в рамках одного и того же дискурса (например, дружеского общения) раскрепощенным эксцентриком и заводилой, а в рамках другого дискурса (например, бюрократического) — строгим и закрытым формалистом и буквоедом. То же справедливо и в рамках одного дискурса: всем знакома своеобразная (и многообразная) семейная «риторика», в рамках которой дискурсные роли мужа и жены могут существенно меняться в зависимости от времени суток: одно дело вечером, перед тем как ложиться в постель, и совсем другое — утром за завтраком. В соответствии с этим делением, вечером *быть занудой* — прерогатива дамской стороны, утром — скорее мужской.

²⁵ Карасик В. И. О типах дискурса. С. 11.

Возвращаясь к проблеме субъектности дискурса, заметим, что в общем виде дискурсные роли имеют прямое отношение к категории «субъекта высказывания» по М. Фуко: «... один и тот же индивидуум всякий раз может занимать в ряду высказываний различные положения и играть роль различных субъектов»²⁶.

Дискурсные роли также соотносимы с явлением, описанным Л. Витгенштейном и названным им «языковыми играми». Языковые игры Л. Витгенштейна иногда сближают с речевыми жанрами М. М. Бахтина²⁷. Однако, если судить по некоторым из примеров, которые приводит сам Л. Витгенштейн в «Философских исследованиях», языковые игры оказываются существенно шире явления речевых жанров и жанров вообще, понимаемых как типы высказываний в рамках определенного дискурса. В самом деле, что такое, с точки зрения жанра, «размышлять о событии» или «острить, рассказывать забавные истории», или «переводить с одного языка на другой»²⁸? Предложим иную трактовку отношения языковой игры и речевого жанра — через понятие дискурсной роли. Языковая игра — это устойчивая связь жанровых практик и дискурсных ролей как двух взаимодействующих, но и достаточно независимых начал дискурса, или точнее: это проникающая сквозь жанровые практики траектория субъекта, облеченного в определенную дискурсную роль.

²⁶ Фуко М. Археология знания. С. 94.

²⁷ Руднев В. Винни Пух и философия обыденного языка. М., 2000. С. 16.

²⁸ Витгенштейн Л. Философские исследования // Философские работы. М., 1994. Ч. 1 (23).

Множественность дискурсов

В качестве отправной точки в наших рассуждениях примем дихотомию персонального и институционального дискурса, предложенную В. И. Карасиком: «С позиций социолингвистики можно выделить два основных типа дискурса: персональный (личностно-ориентированный) и институциональный. В первом случае говорящий выступает как личность во всем богатстве своего внутреннего мира, во втором случае — как представитель определенного социального института»²⁹. Вместе с тем исследователь подчеркивает, что определенные группы дискурсов не вписываются в рамки предложенной дихотомии: «Выделение персонального и институционального типов дискурса ставит перед исследователями много вопросов. Дискуссионным, например, является вопрос о том, к какому типу дискурса относится общение в стихийно складывающихся группах: пассажиры в купе поезда, покупатели в очереди, граждане, стоящие в толпе перед посольством за получением визы и т. д. Эти виды дискурса не являются персональными и по определению не относятся к институциональному общению»³⁰.

Достаточно очевидно, что основным дискурсообразующим (дискурсогенным) фактором выступает фактор некоей *общности* участвующих в дискурсной практике. Это может быть общность интерперсонального характера (семья, дружеская компания, влюбленная парочка, случайное знакомство и т. д.), общность ситуации (это те самые проблемные дис-

²⁹ Карасик В. И. О типах дискурса. С. 6. В новейшем исследовании вместо термина «персональный» автор предлагает термин «личностно-ориентированный», в свою очередь подразделяемый на «бытовой» и «бытийный» (Карасик В. И. Языковой круг: Личность, концепты, дискурс. С. 289—304.)

³⁰ Карасик В. И. О типах дискурса. С. 17.

курсы «пассажиров в купе поезда», «покупателей в очереди», а также, в самом широком спектре ситуаций, дискурсы прохожих на улице и в других «общественных местах»), общность той или иной субкультуры (городская молодежь на «тусовке» или дискотеке, болельщики на футбольном матче, байкеры, толкиенисты, антиглобалисты, коллекционеры, автолюбители, а также представители различных «профессиональных цехов» — мы специально смешиваем возможные иерархии культур и субкультур, чтобы показать единство этого критерия для конституирования дискурса). Это может быть и институциональная общность людей, причастных в различных заданных позициях к одному и тому же социальному институту (см. выше определение В. И. Карасика). Наконец, различные типы дискурсных общностей могут совмещаться: интерперсональные дискурсы могут развиваться в среде институциональных (например, в форме дружеских отношений коллег или по классической схеме «служебного романа»), институциональные дискурсы могут обрастать субкультурными признаками (чаще всего профессиональными) и соответствующей дискурсной динамикой, сами же субкультурные дискурсы, как правило, реализуются во множестве устойчивых ситуаций.

Пожалуй, наиболее универсальным дискурсом с точки зрения критерия общности выступает повседневный, или, как его еще называют, обиходный дискурс. Повседневный дискурс в своей доминанте может быть интерперсональным и ситуативным, а также, как правило, ощутимо проявляется в дискурсных практиках субкультурного и институционального характера.

Остаются еще дискурсы культуры, которую называют *высокой* и достаточно условно делят порой на духовную и художественную (которая при этом

мыслится, тем не менее, внутри духовной). К таким дискурсам относятся, с одной («духовной») стороны, этический, религиозный, философский и другие подобные дискурсы, с другой стороны, эстетический дискурс *художественного*, реализуемый в вербальных и невербальных формах художественной образности.

Одной из особенностей данных дискурсов является их достаточно устойчивая связь с соответствующими социальными институтами. Особенно это характерно для религиозного дискурса, так что порой возникает желание (и достаточные основания) говорить о двух, пусть и взаимосвязанных, но различных дискурсах — дискурсе веры, интерперсональном и собственно персональном (во многих отношениях автокоммуникативном), и дискурсе церкви, служебном, институциональном³¹. Эстетический дискурс через формы осуществления художественной образности, а значит, через свои субдискурсы связан с институциональными началами литературы³², театра, музея, концертного зала, оперы, балета, кинематографа, наконец (в наше время), со средствами массовых коммуникаций (пресса, телевидение и интернет).

Вместе с тем, данные дискурсы — в своем конкретном воплощении, в произведении как высказывании, обращенном к читателю, слушателю, зрителю (будь то этический или философский трактат, проповедь или молитва, роман или лирическое стихотворение), — сугубо интерперсональны и тем самым преодолевают свою относительную институциональность.

³¹ Ср.: *Карасик В. И.* Религиозный дискурс // Языковая личность: проблемы лингвокультурологии и функциональной семантики. Волгоград, 1999. С. 5—19.

³² *Гудков А. Д., Дубин Б. В.* Литература как социальный институт. М., 1994.

Другим относительно независимым дискурсогенным фактором является *тема* (в другой трактовке говорят не о теме, а о *концепте* — см. работы В. З. Демьянкова³³). Тематическое начало выступает одним из первичных оснований для образования дискурса и поддержания его относительной стабильности. Тема может становиться доминантой дискурса и тем самым дифференцировать его — такие дискурсы, как правило, носят временный или периодически возобновляющийся характер, в зависимости от характера и продолжительности интереса к данной теме в сообществе, осуществляющем данный дискурс. Всякое чрезвычайное происшествие и всякая сенсация порождают временный тематический дискурс (катастрофы, теракты, общественные потрясения, с одной стороны, и смерти, преступления, измены, экстравагантные поступки, с другой стороны), всякая большая, значимая или, как говорят, «больная» тема является основанием для периодически возобновляющегося дискурса (демократические преобразования, коррупция властей, языковая, культурная и национальная политика, проблемы образования и здравоохранения и т. д.).

Специфика тематического дискурса такова, что он — как устойчивое говорение/письмо на определенную тему — реализуется, как правило, в рамках других дискурсов, носящих более универсальный характер своей тематической структуры. Таким образом, тематический дискурс выступает как субдис-

³³ Демьянков В. З. 1) Англо-русские термины по прилингвистике и автоматической переработке текста. Вып. 2. Методы анализа текста // Всесоюзный центр переводов. Тетради новых терминов. М., 1982. Вып. 39. С. 7; 2) Политический дискурс как предмет политологической филологии // Политическая наука. Политический дискурс: История и современные исследования. М.: ИНИОН РАН, 2002. № 3. С. 32—43.

курс других дискурсов, и в особенности повседневного дискурса. Последний, как губка, втягивает в себя тематически ориентированные дискурсы, поддерживает и одновременно растворяет их в своем теле. Именно повседневный дискурс проверяет на выживаемость тематические дискурсы, оценивает их значимость и выстраивает их иерархию.

Итак, мы выделили, с одной стороны, типы дискурсов по признаку общности его участников — интерперсональные, ситуативные, субкультурные и институциональные дискурсы, и с другой стороны, тематические субдискурсы, которые носят структурно подчиненный характер и способны реализовываться в рамках других дискурсов. При этом следует заметить, что дискурсы духовной и художественной культуры весьма основательно разрушают только что построенную систему своим особым статусом и особенным строем функционирования как в обществе в целом, так и в личностной сфере человека. Таким образом, первичные конститутивные факторы дискурса не находятся на одной плоскости и не носят универсального характера, и поэтому наша «кособокая» типология наверняка разочарует сторонников всего одномерно-двухмерного, симметричного и всеобъемлющего. В порядке оправдания можно сказать только одно: по ходу анализа мы будем уточнять наши представления о взаимоотношении дискурсов с учетом того, что дискурс — это феномен исключительно многомерный в своем функционировании и многофакторный в своей природе. Добавим также, что на основе проведенного ниже дискурсного анализа избранных текстов один из возможных подходов к типологии дискурсов, который мы назвали *многофакторной моделью*, будет изложен в заключении к этой книге — и в рамках этого под-

хода кособокость нашей первичной типологии окажется вполне закономерной.

Интертекстуальность vs. интердискурсивность

Текст — как двойник высказывания, как живая память о нем — репрезентирует высказывание в письменных дискурсах. Верно и другое: будучи явленным в письме, в печати, текст репрезентирует и дискурс как таковой, тот дискурс, который вызвал к жизни (т. е. к *высказыванию*, в буквальном смысле этого слова) и самый текст. Верно и третье: всякий текст *полиморфен* в дискурсном плане постольку, поскольку невозможно произвести высказывание в рамках одного и абсолютно чистого, однородного дискурса (или же для этого требуются специальные меры — как, например, защита законом текста паспорта). Всякий дискурс — в силу того, что существует и функционирует в системе других дискурсов — отражает в своем «телесном» составе, в репертуаре своих, в том числе возможных, высказываний, — другие и многие дискурсы, и следы этих отражений мы обнаруживаем в текстах³⁴.

Можно утверждать: чем более высокую позицию занимает дискурс в социокультурной иерархии, чем более сложен он по своему существу и составу, в своих стратегиях, тематике, в своей интенциональности и текстуальности, тем более широкий спектр других дискурсов, в том числе первичных и «низших», начиная от обыденных, он отражает — и несет в себе их текстовые следы.

И дело здесь не только в явлениях интертекстуальности как скрытой или явной отсылки одного

³⁴ См.: *Пешё М.* Прописные истины. Лингвистика, семантика, философия // Квадратура смысла. М., 1999. С. 267—268; *Зенкин С. Н.* Введение в литературоведение: Теория литературы. М., 2000. С. 65—66.

текста к другому тексту. Сами дискурсы, как таковые, могут встречаться, пересекаться и взаимодействовать в границах единого текста.

Так обстоит дело, в частности, в литературе, которая интенсивно взаимодействует с дискурсами, расположенными вне поля художественного языка, — в том числе с дискурсом религиозным, философским, историософским, научным, публицистическим, документальным и др.

Наиболее характерна такая ситуация для литератур Средневековья, полидискурсивных — и интердискурсивных — по своей природе. В частности, именно этой базовой характеристике древнерусской литературы отвечает широко известная концепция «анфиладного построения» произведения в литературе Древней Руси, выдвинутая Д. С. Лихачевым. Ученый писал о «распространенности в древнерусской литературе компиляций, сводов, соединения и нанизывания сюжетов — иногда чисто механического. Произведения часто механически соединялись друг с другом, как соединялись в одну анфиладу отдельные помещения»³⁵. Автор связывал распространял принцип «анфилады» с проблемой границ произведения и самого его статуса в древнерусской литературе. «Понятие произведения, — писал Д. С. Лихачев, — было более сложно в средневековой литературе, чем в новой. Произведение — это и летопись, и входящие в летопись отдельные повести, жития, послания. Это и житие, и отдельные описания чудес, “похвалы”, песнопения, которые в это житие входят. Поэтому отдельные части произведения могли принадлежать разным жанрам»³⁶. Все это

³⁵ Лихачев Д. С. Поэтика древнерусской литературы. М., 1979. С. 253.

³⁶ Лихачев Д. С. Развитие русской литературы X—XVII веков // Избранные работы: В 3 т. М., 1984. Т. 1. С. 75.

означает, что произведение в литературе Древней Руси было *нецелостным*, оно было разомкнутым, открытым — и на уровне текста, и на уровне жанра, и, наконец, на уровне дискурса, — открытым в мир всей рукописной традиции, носящей в целом полидискурсивный характер³⁷.

Для литературы Нового времени полидискурсивность и интердискурсивность не менее характерны, особенно в острые, кризисные, переходные периоды, — однако воспринимать эту ситуацию сочетания и взаимодействия дискурсов в литературном тексте порой мешает классическая европейская парадигма эстетики об особой сущности искусства и литературы, а также устойчивая парадигма теоретической поэтики, задающая представления о целостности литературного произведения и уникальности и обособленности художественного языка литературы в целом³⁸.

Один из самых характерных примеров равноправного взаимодействия в литературном тексте различных дискурсов представлен в творчестве Л. Н. Толстого: мы имеем в виду широко и различно интерпретированное сочетание художественного и историософского дискурсов в романе «Война и мир». Другой не менее характерный пример находим у Ф. М. Достоевского — это сцена чтения Соней Мармеладовой Раскольникову евангельского текста в «Преступлении и наказании». Наличие в текстах обоих произведений субтекстов нехудожественной дискурсивной природы не сводится к яв-

³⁷ *Силантьев И. В.* Понятие сюжетики и проблема целостности произведения в древнерусской литературе // Филологические науки. 1997. № 4. С. 18—23.

³⁸ См.: *Греймас А. Ж., Курте Ж.* Семиотика. Объяснительный словарь теории языка // Семиотика. М., 1983. С. 514—515.

лениям сюжетно обусловленной иерархии текстов или сюжетного цитирования: перед нами прямое пересечение и семантически продуктивное слияние различных по своей природе дискурсов — художественно-эстетического, с одной стороны, и историософского и евангелического (религиозного), с другой стороны. Приведенные примеры хорошо известны, и их можно продолжать: свои сложные совмещения и взаимодействия различных дискурсов представляют «Обрыв» И. А. Гончарова, «Братья Карамазовы» Ф. М. Достоевского, «Мастер и Маргарита» М. А. Булгакова, «Дар» В. В. Набокова, многие произведения современных писателей (в том числе и произведения В. Пелевина, роман которого «Generation “П”» выступит объектом нашего анализа во второй части книги).

В принципе, вся русская литература пронизана такими явлениями, они во многом определяют ее собственную специфику и выступают внутренним (как правило, научно не отрефлектированным) основанием для расхожих рассуждений о ее религиозности, философичности, особенной духовности, сверх-, над-, вне- и не-литературности и т. п. Особенно явными становятся связи художественного и внелитературных дискурсов в литературе XX века, в революционную и советскую эпоху, а также в постсоветское время социальных сдвигов и переходов.

Интердискурсивность в журналистике

Совершенно очевидно, что в современной журналистике (и особенно российской) существуют два полюса. Один из них — это собственно *журналистика* (как некая проникновенная духовно-публицистическая деятельность, в рамках которой журналист — это полнокровный автор и писатель, нередко при этом совмещающий журналистику с авторством в художественной литературе или литера-

турной критике). Этот полюс традиционен для российской традиции развития журналистики, и корни его уходят в публицистическое начало литературы русского Средневековья и в просветительскую публицистику русской литературы XVIII века. Другой полюс — это деятельность современных *средств массовой информации*, которые предстают как некая гипер-фабрика производства и распространения общественно значимой информации, и в которых работают, скорее, не авторы, а технологи дискурсов — новостного, рекламного, развлекательного, политического и др. При этом оба полюса не разделены, они пересекаются и интенсивно взаимодействуют.

Соответственно, два полюса можно выделить и в журналистском дискурсе — в терминологии В. И. Карасика — полюс *интерперсональности* (и собственно персональности), соотносящийся с публицистическим творчеством журналиста-автора, и полюс *институциональности*, соотносящийся с различными аспектами деятельности СМИ. Очевидно, что и адресат журналистского дискурса на разных его полюсах предстает в различных дискурсных ролях: вдумчивого и чуткого читателя-собеседника — и потребителя информации, определенная порция которой входит в его утреннее меню наряду с бутербродом и кофе.

Другое важное свойство журналистского дискурса состоит в том, что он по ходу своего осуществления максимально вбирает в себя многие и многие первичные дискурсы — первичные по отношению к сообщаемой им информации и к высказываемому мнению или позиции. В наиболее тесные отношения журналистский дискурс вступает с политическим и рекламным дискурсами (которые активно взаимодействуют и между собой на поле политической рекламы), поскольку и тот, и другой не-

посредственно опираются на средства массовой информации. Однако журналистский дискурс охватывает и частично поглощает их, поскольку средства массовой информации являются его и именно его институциональным началом (и именно поэтому многие дискурсивно яркие политики закономерно становятся востребованными телевизионными «шоуменами»³⁹). Весьма ощутима «поглощающая» стратегия (и энергия) журналистского дискурса и по отношению к ряду других первичных дискурсов — образовательному, научному, религиозному, литературно-художественному и литературно-критическому (что подтверждается существованием различных специализированных изданий), с одной стороны, и повседневному, обывательски-идиллическому, массово и примитивно развлекательному, бульварно-скандальному и порнографическому, с другой стороны. В общем, если не любить журналистский дискурс, то можно сказать, что он паразитирует на других дискурсах. А если любить — то можно констатировать, что это высший по отношению к другим дискурс. Оба мнения слишком остры, и поэтому не могут иметь отношения к нашим рассуждениям.

Дело заключается в другом: интенсивные взаимодействия журналистского дискурса с другими дискурсами, а также его внутренние напряженные и порой конфликтные взаимодействия интерперсонального и институционального начала происходят *на поле текста* и *в пространстве текстов* газет и журналов, теле- и радиопередач. Иными словами, в коммуникативном пространстве современного общества именно журналистский текст становится зоной максимальной интердискурсивности. Именно

³⁹ См. об этом: *Бурдые П.* О телевидении и журналистике. М., 2002. С. 17—88.

этот проблемный поворот вызывает исключительный исследовательский интерес и побуждает к анализу журналистского, в частности, газетного текста — в системе дискурсных взаимодействий.

Текст в системе дискурсных взаимодействий

Сформулируем исследовательскую задачу. Мы ставим своей целью не анализ собственно *текста* (что увело бы нас либо в область лингвистики текста, либо в сферу поэтики), и не анализ собственно *дискурса* (что обязало бы нас капитальным образом интегрировать нашу работу в контекст фундаментальных исследований дискурса). Наша цель — это анализ *текста в системе дискурсных взаимодействий*.

При этом в рамках поставленной цели наше исследование включает в себе два вектора, внешне противоположных друг другу. Первый можно определить как аналитическое движение *от текста к дискурсу*, что предполагает изучение отношения конкретного текста (и ансамбля конкретных текстов) к системе определенных дискурсов. Этот вектор исследования соотносится с методологической парадигмой дискурсного анализа. Второй вектор можно определить как аналитическое движение *от дискурса к тексту*, конкретнее, от ситуации творческого, инициированного автором столкновения дискурсов и их смешения к конкретному тексту как уникальному результату данного взаимодействия. Данный вектор соотнесен с парадигмой риторики — отсюда и общий подзаголовок книги: «Риторика дискурсных смешений».

При этом мы имеем в виду, конечно же, не ту нормативную и в явной форме транслируемую риторику, которой учат в школах как «искусству говорить доходчиво и красиво». Мы имеем в виду феномен более глубокий и свойственный речевому творчеству как таковому — риторику имплицит-

ную. ИмPLICITная риторика присуща авторской позиции всякого (в том числе и внешне анти-риторического) творческого высказывания, построенного с той или иной определенной целью воздействия на адресата — от программного романа и философского сочинения, призванных перевернуть мироощущение и мировоззрение современников, до газетной заметки о скандальных похождениях кинозвезды и частного объявления о продаже старого автомобиля⁴⁰.

Сами параметры нашего анализа носят не абсолютный (с точки зрения фундаментальной теории текста и дискурса), а относительный характер, и поэтому не задаются до аналитических процедур, а определяются в ходе самого анализа. Более того, они могут обозначаться или не обозначаться в своей значимости в зависимости от конкретного маршрута этого анализа. Последнее позволяет провести параллель между заявленным подходом и стратегией «вольной» интерпретации. Однако между данными позициями есть и принципиальное отличие — для нас оно заключается в постоянной рефлексии над результатами и самим процессом интерпретации. Следовательно, это будет не наивная интерпретация, которая так характерна для литературоведческих работ, а интерпретация, «знающая» о себе и своих слабостях и поэтому сомневающаяся в себе, а в силу этого актуально нуждающаяся в метапозиции, т. е. в собственной теории.

Таким образом, аналитическая модель исследования будет строиться по ходу самого исследования — однако с опорой на базовые представления о тексте, высказывании и дискурсе, развернутые выше.

⁴⁰ Шатин Ю. В. Живая риторика. Жуковский, 2000. С. 5—15.

Отвечая двойному характеру исследовательского подхода, объект и материал для анализа, а также сама структура книги также носят двойственный характер.

С одной стороны, в центре нашего внимания окажется один из недавних (в соотнесении со временем написания этой книги) номеров газеты «Комсомольская правда». Можно сказать — это один номер, и этого мало (по крайней мере, с точки зрения изучения традиции). Между тем, с точки зрения сформулированного выше подхода, этого достаточно, потому что это развернутый и многосторонний ансамбль текстов, больших и малых, отвечающих разным дискурсам и различным жанрам, разным коммуникативным стратегиям и различным интенциям, разным аудиториям и различным ожиданиям смысла и т. д. Более того, это ансамбль текстов, каждый из которых сам является большим или малым пространством взаимодействия дискурсов, — и этот аспект проблемы окажется в центре нашего внимания. И еще: поскольку всякий привходящий дискурс влечет за собой, пусть и в небольшой мере, свою традицию текстов (и в этом, как мы считаем, заключается подлинная природа интертекстуальности), постольку рядом с текстами журналистского дискурса перед нами встанет, с одной стороны, стихия высказываний повседневного дискурса, а с другой стороны, непростые последовательности текстов специализированных письменных дискурсов.

С другой стороны, мы предпримем попытку дискурсного анализа текста весьма примечательного художественного произведения — романа Виктора Пелевина «Generation “П”». Наша исходная посылка заключается в том, что этот роман также представляет собой сложно организованный ансамбль текстов и субтекстов различной дискурсной природы.

При этом как в первом, так и во втором случае нас будут интересовать не только аспекты собственной дискурсной структуры исследуемых текстов, но и моменты творческих стратегий, лежащих в основе этих текстов — очень разных в своем статусе и функционировании и очень схожих, как мы увидим ниже, в своих собственно риторических аспектах.

Последнее — почему именно «Комсомольская правда» и именно «Generation “П”» взяты нами в качестве опорного материала для анализа?

Что касается первой, то есть какая-то характерность и адекватность самому времени в этой газете, в ее современном облике, а кроме того, уж очень привлекательным представляется это на глазах превращающееся из формально-дежурного в цинично-абсурдное сочетание двух невообразимых симулякров, ушедших из актуальной идеологии, но продолжающих жить в актуальном дискурсе, — во-первых, «правды» и, во-вторых, всего «комсомольского».

По поводу избранного нами романа можно, наверное, добавить только одно — в широком спектре дискурсных панорам и перспектив этот роман не уступает дискурсной пестроте массовой газеты, а в целом, на наш взгляд, адекватно отражает ситуацию «вавилонского» смешения дискурсов и языков современного российского общества. Этим произведение и интересно для нашего анализа.

ЧАСТЬ ПЕРВАЯ

ГАЗЕТА

«Газет он не читал давно и от прочитанного пришел в смятение».

Виктор Пелевин. «Generation “П”»

Предисловие к первой части

Итак, объектом исследования в первой части книги выступит газета, удивительным образом преобразившаяся в постперестроечное время и ставшая из обязательно-массовой газеты пропагандистского характера подлинно массовой газетой. Мы говорим о «Комсомольской правде». Материалом исследования явится один из сравнительно недавних номеров этой газеты. Предметом анализа станут различные аспекты текстуального целого газеты — собственно тексты материалов и статей, заголовки и рубрики, заметки и реплики и др. Основная цель исследования будет заключаться в определении дискурсной природы текстуальности современной российской массовой газеты. Соответственно, основным методом выступит дискурсный анализ, предполагающий выявление в газетных текстах значимых элементов, отсылающих читателя к семиотическому целому соответствующих дискурсов, включая смысловые и ценностные аспекты прагматического, этического и эстетического порядка.

Нашей основной задачей станет выявление дискурсов, вовлеченных газетой в свое текстовое целое, их общая характеристика и анализ особенностей их функционирования с точки зрения коммуникативных стратегий массовой газеты.

В фокусе исследования также окажется проблема дискурсных взаимодействий, разворачивающихся на поле того или иного определенного текста и в целом — в пространстве ансамбля текстов газеты.

Глава первая **Границы газетного дискурса¹**

Вспомним, как определяет текст Б. М. Гаспаров: «Важным аспектом нашего отношения к тексту является тот простой факт, что мы сознаем текст как единый феномен, данный нам в своей целостности. Воспринять нечто как “текст” — значит воспринять это как феномен, имеющий внешние границы, заключенный в «рамку», все равно, обладает ли такая рамка физической очевидностью (как граница живописного полотна, знаки начала и окончания письменного текста, временные рамки лекции и т. п.) или примысливается нами как идеальный конструкт, позволяющий осознать текстуальную целостность данного коммуникативного опыта»². При достаточной спорности определения самого критерия целостности текста через его отношение к своим границам³, понятие границ и рамок (если не разводить эти моменты — а в этом пока нет необходимости) представляется крайне существенным для выявления дискурсных характеристик текста.

Собственно говоря, не существует просто и только рамок текста. Рамки, или границы, текста следует обозначать в соотнесении, как минимум, с границами высказывания и дискурса как такового. Границы дискурса, в свою очередь, соотнесены с рамками коммуникативной ситуации (если только ее выделять из общей структуры дискурса), а также с рам-

¹ Главы 1—4 первой части публиковались отдельно в кн.: *Силантьев И. В.* Текст в системе дискурсных взаимодействий. Новосибирск, 2004. В данной книге представлена расширенная редакция этих текстов.

² *Гаспаров Б. М.* Литературные лейтмотивы: Очерки по русской литературе XX века. М., 1994. С. 284.

³ См.: *Силантьев И. В.* Поэтика мотива. М., 2004. С. 62.

ками, или границами, адресанта и адресата. Последнее утверждение может казаться малосмысленным только с точки зрения обыденного понимания вопроса. В самом деле, если адресатом выступает массовая аудитория, то проблема ее релевантных границ в коммуникативной ситуации обозначается уже совершенно определено. Парадоксальным образом проблема границ адресанта/адресата возникает и в интерперсональных дискурсах и дискурсах духовной культуры, и связана она с проблемой личностной и социальной идентификации участников общения (в эстетическом дискурсе эта проблема оборачивается проблемой границ автора/читателя, или автора/редактора/читателя и т. д.).

Среди людей и вещей

Границы текста неразрывно связаны и с вещной стороной дискурса. В самом деле, кто сказал, что литературный текст существует вне своего вещного воплощения в рукописи, в книге, в бумаге, в страницах, в переплете, в трении с переплетами других книг, в напряженной тесноте (которая сродни тесноте человеческой очереди) на книжной полке и т. д.⁴? То же самое (и в еще большей степени) — с газетным текстом. Если литературно-художественный текст еще можно представить в отрыве от его рукописного или книжного воплощения, как некую идеальную ипостась духовного начала культуры, то тексты, функционирующие в печатных средствах массовой информации — это тексты-однодневки, умирающие вместе с их вещным носителем, с их об-

⁴ *Шартье Р.* Автор в системе книгопечатания // Новое литературное обозрение. 1995. № 13. С. 188—214; *Дарвин М. Н.* Семиотика текста в системе художественного творчестве (поэт, рукопись, книга) // Критика и семиотика. Новосибирск, 2001. Вып. 3—4. С. 175—180.

щим непрочным телом, газетой, где-нибудь в мусорной корзине. Никто ведь особенно не задумывается, куда пропадают каждый день огромные и тяжелые тиражи массовых информационных изданий? Как-то с трудом воспринимается, что все это очень быстро оказывается на свалке.

Итак, берем в руки номер «Комсомольской правды» (вторник, 20 января 2004 г., новосибирский выпуск)⁵.

Первое, на что отзывается, так скажем, телесное в структуре читателя (не как физиологической особи, или индивида, или личности, а как некоей коммуникативной инстанции), — это таблоидный формат газеты, соразмерный с функциональными границами человеческого тела, соразмерный с зоной действия рук, фокусом зрения и объемом видения (газету кладут на колени или разворачивают перед собой на столе). Этот формат удобен и тем самым *расположен* к читателю (а значит, адекватен телесности читателя), в отличие от формата прежней советской «Комсомольской правды», которая была вдвое больше и своим размахом (и вещно-бытовой неудобностью для читателя, особенно если развернешь такую газету во всю ширь) словно бы демонстрировала власть самого официального идеологического дискурса. Большой формат как бы подчеркивал самодостаточность и весомость советской газеты как носителя дискурса власти — при этом не только идей и текстов, в газете заключенных, но и самой ее вещной формы (можно напомнить истории, бытовавшие в городском фольклоре, об арестах и наказаниях, которым подвергались различные бедолаги за неправильное использование газеты с официальными материалами или фотографиями). Таблоид, напротив, сам как вещь находится во власти

⁵ Номер был выбран произвольно.

своего владельца, который может легко сложить его поперек, до формата А 4, а свернув еще раз — поместить в карман плаща или пальто. Таблоид податлив и удобен, его можно читать в поездке и за чайным столиком.

Подчеркнем, что вещьность газеты — как предмета, мало к чему обязывающего, дешевого и одноразового — напрямую связана с границами собственно дискурса массовой информации. Это дискурс, который проникает повсюду — в дом человека, на его работу, в транспорт, в места отдыха. Всюду можно купить и прочитать газету, и всюду ее можно выбросить. Таким образом, вещные границы газеты оказываются связанными с границами самого дискурса, а это значит, что феномен вещных границ газеты имеет *функциональную природу*.

Вещное начало газеты как воплощения дискурса, несомненно, связано с ее внешним видом — как у всякой вещи, функционирующей в быту человека. Не вдаваясь в детальный анализ структуры и семиотических функций текстовых элементов титульного листа и последней страницы нашего номера газеты, заметим, что они изобилуют цветовыми стимулами, обращенными к читателю, и среди них достаточно очевидный — это сочетание цветов российского флага: на белом фоне красный шрифт, и рядом — белый шрифт на светло-синем фоне. Вряд ли это сочетание несет здесь какой-либо *заданный* смысл (в конце концов, «Комсомольская правда» — это *уже* не политическая листовка), однако язык цветов и их сочетаний неумоимо делает свою семиотическую работу, и тем самым неизбежно вводит читателя, хотя бы на миг, в сферу политического дискурса, а более точно — в лаконичный ряд непререкаемых истин государственного символизма. Зачем это нужно таблоиду? На этот вопрос, кажется,

ся, можно ответить другим вопросом: зачем напротив Кремля — ГУМ (или наоборот)?

«Словно бы» и «как бы»

В порядке зачина приведем автоцитату: советская газета своим размахом *словно бы* демонстрировала властность самого официального идеологического дискурса; большой формат *как бы* подчеркивал самодостаточность и весомость советской газеты. Выделенные курсивом союзы уклончивого сравнения весьма характерны для интерпретации, которая сомневается в самой себе⁶. Чтобы прояснить позицию, необходимо сделать достаточно значимую оговорку о соотношении меры субъективного и объективного в нашем анализе. Интерпретация как таковая, в самом общем виде, есть некий путь (таящий в себе и моменты необходимого, и обыденного, и случайного) создания и воссоздания сети смыслов — а всякий смысл есть слияние субъективного, привносимого интерпретатором (его личные впечатления, индивидуальная память, пристрастия и предубеждения) и объективного, но транслированного все тем же интерпретатором (язык, идеологические и культурные коды и др.). Но где та зыбкая граница между субъективным и объективным в интерпретации — и, в частности, в нашей? В свое время Р. Барт предложил снять самое противопоставление субъективного объективному: «... в конечном счете моя субъективность — не более чем общность стереотипов»⁷. Принимаем ли мы ответ Барта? Ни в коем случае! И поэтому вся эта книга пишется под знаком сомнения.

⁶ Ср.: Руднев В. П. Словарь культуры XX века. М., 1999. С. 125.

⁷ Барт Р. S/Z. М., 2001. С. 37.

Хронология

Газетный текст (и, соответственно, газетный дискурс) не только вправлен в рамки вещи (самой газеты) и вещей (вплоть до почтового ящика и кармана плаща) — он еще и стиснут плотным кольцом примет и маркеров, символизирующих принадлежность к государству, учреждению, территории и хронологии. Пространство дискурса — это *охраняемое* пространство, а поэтому окруженное *границами* — так нужно, чтобы поддерживать в нем относительный *порядок*⁸.

Хронологические границы газетного текста выражены предельно отчетливо. На титульном листе тексты о времени лаконичны и последовательны: «№ 10 (23197) 2004 г.»; «Основана в мае 1925 г.»; «Вторник, 20 января». Обратим внимание на то, что хронологические формулы сопряжены собственно с формулой названия газеты — все они сопровождают ее, расположены на одном и том же поле. А подытоживающая формула «Комсомольская правда. 20 января 2004 г.» жестко, как шнуровка официальные материалы, прошивает газету от начала до конца. Все это очень строгие и очень обязательные текстовые формулы. Тут не до шуток — ведь речь идет, по существу, об идентификации дискурсного пространства газеты как таковой. Именно поэтому хронологические формулы газеты жестко связаны с ее названием. На последней странице, казалось бы, наступает определенное ослабление формуляра: в самом деле, рубрика «Прогноз погоды на 20—21 января» размывает временные границы выпуска, разворачивая некую неясную (прогнозируемую) перспективу следующего дня, а рубрика «20 января. В этот день» вообще снимает всякую ответственность

⁸ Фуко М. Воля к истине: по ту сторону знания, власти и сексуальности. М., 1996. С. 49—51.

за хронологическую определенность. Действительно, с точки зрения 20 января 2004 года — *дня сегодняшнего*, в котором мы сейчас живем, и наполненного поэтому шумом улицы, нашей озабоченностью, мышечной усталостью тела и т. д. — кому какое дело сегодня до некоего Джонни Вайсмюллера, «5-кратного олимпийского чемпиона и знаменитого исполнителя роли Гарзана», который умер в этот день в 1984 году «в нищете и одиночестве»? (Это одно из сообщений рубрики). Скажем больше того, этот текст только притворяется хронологически ориентированным — на самом деле он всецело принадлежит совсем другому дискурсу — дискурсу *мелодрамы* — и его постыдную принадлежность с головой выдает это классическое «в нищете и одиночестве»! Но не об этом сейчас речь. У всякой газеты есть черта, после которой наступает полное отрезвление и уход от всевозможных игр, — эта черта, за которой расположен блок служебной информации о выпуске газеты. Этот блок, как и титульный лист, проштампован жесткими хронологическими формулами, слитыми к тому же с формулами дискурса власти. В самом деле: «Газета зарегистрирована в МПТР России (Министерство по делам печати, телевидения и радио. — *И. С.*), свидетельство ПИ № 77-12692 от 17.05.2002»; «Время подписания в печать — 17.00»; «Время подписания московского выпуска — 21.00». Эта связь не случайна: хронологизация — одна из наиболее простых и эффективных форм контроля за дисциплиной дискурса, и эта форма издавна внедрена в дискурсную практику власти на любом ее институциональном уровне.

Хронологический дискурс имеет давние культурные традиции, выраженные в существовании целого спектра жанров, связанных в построении своего текста с календарным принципом (не называем

их календарными, поскольку в литературоведении за этим терминологическим сочетанием закрепились другое понятие — о жанрах святочного и пасхального рассказа). Мы имеем в виду существенно другое — для Средневековья это сборники христианской литературы повествовательного и учительного характера (прологи и минеи), для Нового времени — это не только церковные календари, но и бытовой жанр календаря книжного («Знаменательные даты и события»), настольного, настенного, перекидного и др. Правомерно ли ставить в один ряд жанры, казалось бы, столь далекие по существу и по времени своего бытования? В нашем случае вполне правомерно — с точки зрения их приобщения к хронологическому порядку и самому *дискурсу хронологии*, с точки зрения той важной роли, которую в таких текстах приобретает принцип учета времени, — и с точки зрения того значения, которое эти жанры несли в организации повседневной жизни человека. Вспомним, какую незаметно-существенную роль играли календари в жизни советского обывателя! Листки календаря являлись ежедневным привычным — но и идеологически организующим, «управляющим» чтением, приобщавшим своего читателя к миру высокой и правильной событийности, — но также и средневековый книжный христианин ежедневно приобщался к высоким житиям и подвигам святых отцов через прологи и четьи минеи. (Кстати, житийно-биографический элемент достаточно ярко выражен и в бытовых календарях недавнего времени.) Тема календаря в системе хронологического и повседневного дискурсов еще ждет своего большого исследования. Вернемся к газете. Самое интересное здесь то, что в системе повседневности газета достаточно ощутимо выполняет роль все того же бытового календаря. Она также вводит нас одновременно

и в мир хронологии, и в мир событийности — только не отстоявшейся и ретроспективной, как в календаре, а текущей и складывающейся, перспективной. Газета — это календарь *будущего*.

Территория

Территориальные приметы, явленные в тексте рассматриваемого нами номера «Комсомольской правды», даны в достаточно простом виде: это «новосибирский выпуск» (и к этому приложен соответствующий адрес и телефоны), и это изначально «московская» газета (у нее есть собственно «московский» выпуск, а также — снова соответствующий адрес: «улица «Правды», д. 24, Москва, А-40, ГСП-3, 125993»), и еще это общероссийская газета, и зарегистрирована она в российском министерстве. Таким образом территориальность, обозначенная в рамочных текстах газеты, выстроена в строго иерархичном порядке: государство — столица — субъект федерации. Заметим, кстати, что эта сквозящая через внешний фривольный облик нашей газеты иерархичность, глубоко сущностная и формально-бюрократичная одновременно, очень о многом говорит в плане общей (вполне традиционной) скованности дискурсного пространства российского общества.

Институциональные маркеры

В еще более строгом и детализированном порядке выстроены собственно институциональные, «учрежденческие» маркеры, удерживающие газету в рамках единого дискурса. Их явные следы в тексте газеты обозначены на последней странице. Вот собственно именование учреждения, идентифицирующее институциональную принадлежность данного выпуска газеты как издательского события, которое, в свою очередь, задает дискурсную опре-

деленность этому вороху второсортной испечтанной бумаги, — «Издательский дом “Комсомольская правда”». Если отвлечься от холода давно застывшей без живого осмысленного употребления дискурсной формулы «Комсомольская правда» (похожей на сталинский паровоз с красной звездой, заново покрашенный, начищенный и поставленный у железнодорожного вокзала на видное место), и если пренебречь очевидной функциональной терминологичностью выражения «издательский дом», то сколько причудливой в своей метафорике характерности можно увидеть в этом наименовании! Сколько людей исходили, истоптали, истерли взглядами, произнесением, чтением эти формулы в их разделности, и как непривычно им соседствовать в едином тексте. Дискурс — это словно город, по которому можно пробегать, ничего не замечая, в погоне за своей собственной жизнью, а можно останавливаться и наблюдать порядок улиц, физиономии домов, гримасы подъездов и окон, и, проводя рукой по шершавой поверхности слов, ощущать его, дискурса, корпусность и плотность.

Этот «дом» в газетном тексте наполнен своими обитателями — перечислим их, опуская конкретные фамилии (потому что главное здесь — не имена, а должности в этом своеобразном «отряде охраны» дискурса): «главный редактор», «генеральный директор», «шеф-редактор», «зам. главного редактора», снова «зам. главного редактора», члены «редакционной коллегии», еще один «зам. главного редактора», «ответственный секретарь», — это один ряд. Другой, параллельный: «председатель совета директоров», «первый зам. генерального директора», «зам. генерального редактора», члены «дирекции». А ниже — новосибирское звено «отряда охраны»: еще один «генеральный директор» и «шеф-редактор регионального выпуска».

«Дом», в котором заключена газета, имеет и свою конструкцию — отделы «новостей», «пишем», «рекламы», «подписки», «покупки», «розницы» и др.

«Дом», в котором заключена газета, по праву (данному ему законом) претендует на власть над дискурсом газеты, и об этом говорит формула авторского права: «Авторами статей запрещена их перепечатка без согласия правообладателя, а иное использование — без ссылки на правообладателя».

Таким образом, «дом» пытается убедить нас в том, что выпуск газеты — это *ответственность*. И вместе с тем — это профессионально исполненный *уход от ответственности*. И дело даже не в проходном «Редакция не несет ответственности за достоверность содержания рекламных материалов» — речь идет не о юридической ответственности (понятно, что ее стараются неукоснительно соблюдать). Речь идет об ответственности самого дискурса. В самых строгих границах — хронологических, территориальных, институциональных и даже государственных — стараются запереть дискурс, который *безответственен* по своему существу. Ближайший пример находим на последней странице, под рубрикой «Читайте в следующем номере»: «В коридорах власти уже всюду развернулась борьба за место премьера в новом правительстве». Разве кто-либо мог подтвердить или опровергнуть это утверждение (на 20 января 2004 года)? И нуждается ли это утверждение в подтверждении или опровержении? Разумеется, нет — как не нуждается в верификации речь ребенка, поэта, политика и идиота. В чем же причина глубинной безответственности дискурса газеты — и столь снисходительного отношения к этому со стороны потребляющего газету общества? Или это как раз то, что нужно? Постараемся ответить на эти вопросы позже, в главе, посвященной агональ-

ным коммуникативным стратегиям газетного дискурса, а сейчас вернемся к теме рамок и границ.

Государственные в своей тематике и символике маркеры-ограничители газетного текста выглядят лаконично, даже скупое. Здесь — сухое и формально необходимое указание на регистрацию газеты в органе государственного управления (соответствующем министерстве) на последней странице, а на титульной странице — упрятанные под заголовком газеты изображения наград советской эпохи. Выше мы также писали о цветовой символике российского флага, как бы невзначай вкравшейся в цветовую палитру титульной страницы. Все эти титульные ужимки, вся эта нарочитая титульная неопределенность раскрывает исподволь заложенную в тексте газеты интенцию ухода, даже ускользания от рамок, сопряженных со знаковой системой официальной государственности. И это вполне объяснимо, ведь «Комсомольская правда» — это газета, позиционирующая себя в пространстве «свободной прессы».

Итак, мы рассмотрели внешние (и вместе с тем глубоко сущностные) рамки газетного текста как определенного целого, продающегося в киосках по 5 рублей за штуку. Это собственно *вещные* рамки, а также *институциональные* в их разновидностях — хронологических, территориальных и рамках-ограничителях, соотносящих газетный текст с учреждением и государством. Подчеркнем еще раз, что это рамки и границы не только текста как такового, но и *дискурса* — в *границах* которого этот текст нам явлен как актуальное высказывание (по крайней мере, на 20 января 2004 года).

Глава вторая **Полидискурсивность газетного текста**

Начнем с метафоры, которую мы уже использовали выше, а также в другой работе⁹: тексты газеты образуют *ансамбль*, говорящий разными и многими голосами — голосами различных и многих дискурсов. Подчеркнем — голосами не авторов и не просто субъектов мысли и высказывания, а голосами дискурсов, воплощенных и в авторстве, и в субъективности высказываний, и в текстах собственно. Анализ дискурсных взаимодействий в пространстве текстов газеты и является главной задачей этой главы.

«Картина дня»

Основным объектом анализа выступят заголовки и тексты газетных материалов, а также сопровождающие их рубрики, взятые в составе супер-рубрики (или «шапки», как говорят газетчики) «Картина дня». Эта шапка обозначена в верхнем колонтитуле газеты на страницах 2—7.

Вообще, в случае с *картиной дня* мы имеем дело с метафорическим в своей основе концептом новостного дискурса, имеющим, к тому же, определенную мифологическую подоплеку. Данный концепт отсылает нас к таким понятийным конструкциям, как *сумма существенных событий настоящего времени* (дня, периода, момента и т. д.) и *полнота обзора* — стремящаяся в своем пределе к *полноте образа*. Концепт *картина дня* несет в себе и ощутимый ценностный компонент: это в целом *хорошая работа*, это результат *добросовестного и непростого труда журналистов, постаравшихся раздобыть информацию обо всем*

⁹ *Силантьев И. В.* Ансамбли текстов в словесной культуре нового времени // *Дискурс* — 1996. Новосибирск, 1996. С. 61—66.

том *важном*, что происходит сейчас в том или ином *масштабе мира* (будь то масштаб международной жизни, политики или культуры страны, города или района и т. п.). Мифологичность же этого концепта заключается в том, что его *невозможно* реализовать в том совершенном виде, в котором мы *убежденно* его воспринимаем: вместо собственно *картинны* в газетах нам обычно предлагают не более чем *фрагменты*, причудливый и достаточной случайный коллаж которых мы и принимаем — потому что *верим* этому — за полноту и целостность образа. В данном плане концепт *картина дня* имеет прямое отношение к такому стержневому культурному мифу, как *мир как целое*.

Обратим внимание и на то, что для самих журналистов формула *картина дня* (или, что то же самое, *картина сегодняшнего мира*) — не более, чем привычный штамп, риторический топос, в глубинные семантические слои которого никто и не думает вторгаться. Однако здесь-то, в этой привычке к формуле коренится *привычность* дискурса — и, в конечном счете, *власть* дискурса над субъектностью высказывающегося. *Кто*, собственно, в газете *говорит* (*пишет, заявляет*) эти столь значимые слова «*картина дня*»? Вслед за М. Фуко мы снова должны сказать: говорит сам дискурс, заявляет субъект дискурса как такового¹⁰.

Фрагментарность и целостность

Посмотрим, из чего складывается картина дня в версии «Комсомольской правды» от 20 января 2004 года на страницах 2—4.

Перечислим названия материалов, опубликованных под данной рубрикой (по возможности, в прямой последовательности, как они даны на поло-

¹⁰ Фуко М. Археология знания. С. 94—96.

сах газеты): «Царь-колокол привезли в Сергиев Посад» (о заново отлитом взамен уничтоженного в 1930 году колоколе); «Генералы пойдут под суд?» (о привлечении к ответственности офицеров, обвиняемых в массовом простудном заболевании новобранцев); «Путин открыл интернет-сайт для детей»; «Бразильцы нашли асимметричный ответ США» (о взятии отпечатков пальцев у американских туристов); «Надо ли брать отпечатки пальцев у американцев» (перечень мнений); «Зачем новой Думе столько начальников?» (о количестве думских комитетов); «Франция — для мусульман?!» (о запрете во Франции носить хиджаб в общественных местах — кстати, лет десять назад журналистское обострение этой темы предвидел П. Бурдые¹¹); «Американка родила шестерых»; «А в это время в Курске умерло четверо новорожденных»; «В Ираке погиб уже 500-й американец»; «На пенсионные деньги в рулетку не играют» (о пенсионной реформе); «Заявление» (материал кандидата в президенты Сергея Глазьева).

Безусловно, здесь есть попытки связать материалы в сверткесты — об этом говорят оппозитивные пары заголовков «Бразильцы нашли асимметричный ответ США» и «Надо ли брать отпечатки пальцев у американцев»; «Американка родила шестерых» и «А в это время в Курске умерло четверо новорожденных» — но можно ли говорить о том, что материалы, расположенные пуд рубрикой «Картина дня», действительно создают некую *картину дня*? Несмотря на общую интенцию сомнения, сквозящую в нашем тексте, мы ответим на этот вопрос утвердительно. Причина в том, что тематическая фрагментарность рассматриваемого обзора в известной мере преодолевается, но уже на другом уровне — на уровне дискурсных взаимодействий. Даже не уг-

¹¹ Бурдые П. О телевидении и журналистике. С. 32.

лубляясь пока в детальный анализ дискурсной природы самих текстов, мы можем констатировать, что на уровне *материалов* как целых и на уровне *заголовков*, представляющих данные материалы, и на уровне *взаимодействия заголовков и текстов* данных материалов возникает своеобразная переключка дискурсов и их смыслообразующее взаимодействие. Каждый текст, каждое название и каждая рубрика внутри нашей «картины дня» влекут читателя в сторону своего дискурса, туда, «откуда они родом», если так можно выразиться. Проанализируем перечисленные материалы с этой точки зрения.

От официоза до обывательской сенсации

«Царь-колокол»: это с детства впечатанное в память сочетание слов представляет — и до известной степени активизирует — широко разветвленный, капитальный дискурс мифологизированного российского *государственно-исторического официоза*, явленный в нашей культуре на многих уровнях, во многих жанрах и прецедентных текстах: в картинках и коротеньких повествованиях детских книжек по родной истории, в популярной исторической литературе для так называемого «образованного читателя», в разнообразных историко-политических материалах, в официальной государственной хронике. Заметим, что массовый читатель не знает о том, что самый большой из колоколов, уничтоженных в 1930 году в Троице-Сергиевой лавре, также по традиции называли «Царем», поэтому данное имя собственное практически однозначно отсылает читателя к знаменитому московскому колоколу. А в исходном дискурсе исторического официоза имя «Царь-колокол», как правило, окружено контекстами, неявно задающими весьма сложный и противоречивый смысл, который можно выразить следующей формулой: *ожидание водворения святыни (на назначенное место) и*

понимание невозможности этого (кремлевский царь-колокол, треснувший при его создании, никогда не будет звучать и «царствовать» на колокольне Ивана Великого). На актуализации этого смысла и играет автор газетного материала: происходит как бы совмещение денотатов: возвращают заново отлитый колокол в лавру, и это — в смысловом пространстве текста — символически компенсирует *неводворение* кремлевского колокола на свое место.

Подзаголовок статьи очень резко (и весьма характерно для «вавилонского» смешения дискурсов в газете) изменяет дискурсный профиль текста: «Для того, чтобы *протащить* его на территорию лавры, понадобилось *два тягача, бульдозер и фота ОМОНа*» (курсив наш. — И. С.). Дискурс исторического официоза уступает место дискурсу *мелкой обывательской сенсации*, так сказать, районного масштаба: «По маршруту движения *приходилось измерять высоту некоторых мостов*»; «Колокол в ворота не лез»; «Часам к 8 утра к площади перед лаврой *подтянулась фота ОМОНа*»; «А к полудню к главным воротам обители *подполз трейлер с колоколом*» и т. д. (курсив наш. — И. С.). Чтобы компенсировать дискурсное падение текста, автор — осознанно или нет — обильно сдобривает его каким-то весьма ненатуральным церковно-подобным «словесным средством» (другие термины для характеристики стилистических изысков автора не находятся): «... к *главным воротам обители подполз трейлер с колоколом*»; «Колокол в ворота не лез. *Перекрестившись*, реставраторы взяли за расширение главных ворот»; «С *Божией помощью*, помноженной на три мощных двигателя, сани с «Царем» дрогнули, поползли...» и т. д. (курсив наш. — И. С.). Обратим внимание на интенциональный план текста: автор пытается погрузить текст материала в стихию собственно *церковно-фра-*

*вославно*го дискурса (а вместе с тем не хочет терять и ракурс точки зрения удивленного зеваки-обывателя — ведь «вокруг великана собрался почти весь город»). Получилось это у автора или нет — не нам судить, а критикам, а нам важно раскрыть дискурсную динамику и собственно коммуникативные стратегии, разворачивающиеся по направлению от заголовка материала к его тексту.

Однако это еще не все. Основной материал сопровождается двумя сопутствующими. Один идет под рубрикой «Справка “КП”», другой — под заголовком «А как звучит!», и оба сообщают о технических и музыкальных характеристиках отлитого колокола. По своему существу эти тексты настраивают тональность дискурса на коммуникативную стратегию *прямого и нейтрального информирования* — они по большей мере просто сообщают о тех или иных подробностях создания уникального колокола и его особенностях.

Таким образом, дискурсный спектр рассмотренного материала простирается от дискурса исторического официоза до дискурса мелкой обывательской сенсации (как мы назвали его выше) и дискурса нейтрального информирования, при этом наблюдаются попытки несколько иронической стилизации всего этого «блюда» под церковно-православный дискурс, как того требует тема.

Дискурс справедливости

Следующий материал — «Генералы пойдут под суд?» — проходит под рубрикой «Возвращаясь к напечатанному». Название самой рубрики для журналиста является совершенно затертым клише — для нас же оно несет ключевую информацию о газетном тексте как воплощении особенного и особым образом функционирующего дискурса. Действительно, газетный дискурс (да и вообще журналистский

дискурс как таковой) живет, осуществляется своими повторениями, возвращениями, актуализациями, информативным достраиванием уже пройденного, освоенного материала — наряду с обращением к материалу новому, собственно к *новости*, которую этот дискурс также моментально помещает в пространство повторений и возвращений. Пожалуй, никакой другой дискурс не несет столько неявно выраженной информации о самом себе, как дискурс журналистский — нужно только выделять ее из потока привычных фраз.

Итак, «Генералы пойдут под суд?» Коммуникативно изящным всегда выглядит заголовок, снабженный вопросительной интенцией и, соответственно, знаком вопроса. С формальной стороны, интенция вопроса слабо согласуется с базовой коммуникативной стратегией газетного заголовка как такового — вводить в тему, служить тематическим или смысловым резюме основного сообщения (текста). Однако на пересечении интенций вопроса и резюме и возникает особенный коммуникативный эффект *проблемного заострения* темы материала. Для примера: сравним, что бы получилось, поставь мы знак вопроса к предыдущему заголовку: «Царь-колокол привезли в Сергиев Посад?» Сразу изменилась бы интенциональная перспектива всего последующего текста, и он просто обязан был бы выстроиться в общей тональности проблематического заострения темы.

Здесь, собственно, это и происходит. Дискурс, который репрезентирует заголовок рассматриваемого материала, мы бы назвали (достаточно условно, но без тени иронии) *дискурсом справедливости*. Этот дискурс — из разряда тематических, или, говоря точнее, проблемно-тематических. В российской журналистике дискурс справедливости (или

более детально: поисков справедливости, констатации отсутствия справедливости или торжества справедливости и т. д.) представлен чрезвычайно широко в тематическом плане и разнообразно в жанровых формах. Бывает и другое: целая газета отдается этому дискурсу в его различных направлениях и поворотах. Пример тому — современная «Советская Россия». К слову сказать, замыкание газеты в рамках одного и единого дискурса противоречит самой природе газеты как ансамбля дискурсов с их разноуровневой иерархией, с их переключкой и разногласием.

Дискурс «верхов» и его деконструкция

Следующая грань «картины мира» от 20 января 2004 года развернута под рубрикой «В верхах». Перед нами снова дискурсное клише, или *преконструкт*¹², открывающий для исследователя богатые возможности анализа дискурсных взаимодействий газетного текста. *В верхах* — маркер другого весьма популярного тематического дискурса, собственно, дискурса *верхов, власть имущих, политической верхушки* (можно заметить, что мы нарочно определяем этот дискурс серией его же клишированных выражений). Подробная характеристика этого дискурса, как и предыдущего, отвлекла бы нас от основной линии этой главы — анализа дискурсных взаимодействий в текстах газеты.

Собственно материал называется так: «Путин открыл интернет-сайт для детей». «Дискурс верхов» совершенно очевидно смешивается здесь с дискурсом детства и дискурсом повседневности. Зачем? *Потому что так нужно делать в газете.* Затем, чтобы создать достаточно примитивный эффект легко-

¹² Серво П. Как читают тексты во Франции // Квадратура смысла. М., 1999. С. 41.

го комизма (и стоящую за этим стратегию принижающего (или *развенчивающего* — по М. М. Бахтину?) овладения сакральной темой президента). Подзаголовок красноречиво раскрывает коммуникативную стратегию автора: «Теперь самые любопытные мальчишки и девочки могут узнать, кто покупает президенту тапочки и чем глава государства отличается от Деда Мороза».

Политический дискурс на улице

Переходим к очередному тексту, вернее, блоку текстов, посвященных новым правилам проверки иностранцев на американских границах. Первый из материалов озаглавлен так: «Бразильцы нашли асимметричный ответ США» с подзаголовком «Они посадили в кутузку американского пилота, не пожелавшего сдать на границе отпечатки пальцев». Текст заголовка достаточно последовательно развертывается как высказывание из репертуара *официального политического дискурса* в его международной функционально-тематической разновидности, и даже опирается на известное клише «асимметричный ответ». Ничто пока не обнаруживает сарказм автора. Но вот в подзаголовке проскальзывает словечко «кутузка» — вместо нейтрального «тюрьма» — и коммуникативные намерения автора *снизить тему* (как и в предыдущем случае) становятся весьма очевидными. И дело не только и не просто в стиле — дело в нарочитом *смешении дискурсов*, которое приводит, в том числе, и к смешению стилей. Материал сопровождается антитезисом, выделенным жирным шрифтом: «Россия же американские требования проглотила безропотно. Неужто смекалки не хватает?» Официальный политический дискурс оказывается не более чем поводом для развертывания неконтролируемого дискурса повседневности, в рамках которого позволительно *иронизировать, смеять-*

ся, унижать, издеваться, даже оскорблять, — в отличие от дискурсов, так сказать, официального назначения. В соответствии с дискурсивной стратегией автора, текст статьи оказывается уже полностью погруженным в стихию повседневного дискурса, и авторская речь уже немногим отличается от того, что можно услышать (и как можно говорить) на городской площади или оживленном рынке.

Центральный материал сопровождается серией соположенных текстов, среди которых выделяется следующий: «Надо ли брать отпечатки пальцев у американцев?» Сопровождающая название материала интенция вопроса в данном случае задает интенциональную структуру всего последующего текста — перед нами перечень ответов, раскрывающих мнения общественно интересных и/или компетентных людей (среди которых известный актер, политики, офицер пограничной службы, дипломат). Обратим внимание на то, что эти мнения *частные* — это очень важный момент, связывающий данный текст с дискурсом предыдущей статьи о бразильцах. Несмотря на откровенно площадные, даже базарные очертания коммуникативного формата этого дискурса, именно он продолжает себя в сглаженной речи ответов политиков и дипломатов — потому что эти ответы раскрывают *частные мнения*, как их можно сформулировать и услышать в уличном опросе. Именно улица как пространство повседневного дискурса продолжает себя в этих ответах — и уличный характер речи там и тут прорывается наружу: «... мы должны пойти дальше и брать отпечатки не только рук, но и носов. И прочих частей тела — так, на всякий случай»; «... у американцев есть деньги на подобное нововведение, а у нас нет. Вот и будем опять без штанов, но с отпечатками».

И еще два небольших материала на данную тему. Первый называется «Вне подозрений» и содержит перечень стран, «гражданам которых разрешен безвизовый въезд в США и от которых отпечатков пальцев не требуют». В списке изрядное количество позиций, и материал выполняет преимущественно информативную функцию как таковую — хотя и здесь глаза мозолят все те же «отпечатки пальцев». Второй дается под рубрикой «Интернет-конференция “КП”» и приглашает читателей задавать вопросы на тему «визовой политики США в отношении граждан России». Это текст также выстроен в поле интенции прямого информирования.

Еще о дискурсе «верхов»

Другая тематическая доминанта дискурса «верхов» выражается формулой «номенклатуры». Именно так называется рубрика, под которой проходит материал с заголовком «Зачем новой Думе столько начальников?» и подзаголовком «По числу всяких руководителей российский парламент — первый в мире». Как и в материале о добром президенте, данный текст строится на совмещении двух очень различных дискурсов: основного — собственно *политического дискурса* с ярко выраженным элементом полемики (что отражено в названии материала и собственно рубрики) — и дискурса *улично-сварливого*, как бы спровоцированного в своем появлении моментом полемики и отвечающего общему полемическому тону соответствующими словечками: «*всякие* руководители»; «*новоиспеченная* Госдума»; «*секретарша*» (курсив наш. — И. С.). При этом особенный привкус канцелярщины придают сложносокращенные слова, частично взятые из «деревянного» языка государственных чиновников — т. е. из собственного дискурса «номенклатуры» (например, «госду-

ма») — а частично, по-видимому, придуманные автором («политбури»).

Где прячется «советский» дискурс

Перебираемся на 4-ю страницу. Под рубрикой «Протесты» мы встречаемся с текстом, озаглавленным «Франция — для мусульман?!» (о запрете во Франции носить хиджаб в общественных местах), при этом сопутствующее фото (на нем изображены митингующие мусульманки) сопровождается фразой «Неверным французам — наш смертный бой?!» В обоих случаях — подчеркнем — вопросительный и восклицательный знаки вместе. Ну и подзаголовок — «Хиджаб в Париже превратился в знамя».

«Протест», «власти», «повышенные меры безопасности», «наш смертный бой», «знамя», «митинги», «демонстрации», «мишень номер один» — уж очень знакомы нам эти словечки в таком их сочетании! Любопытное дело — советской страны и соответствующей политической и общественной системы нет, идеологии, вроде бы, тоже нет, а вот «советский» дискурс живет, и продолжает воспроизводить себя то здесь, то там. Мы имеем в виду даже не коммунистические газеты, дискурс которых правилен и прост, как пареная репа, а вот такие амбивалентные, как «Комсомольская правда» (хотя, может быть, название обязывает?). Это особенная и крайне интересная проблема — изучить, где прячется и как мимикрирует «советский» дискурс в современном российском коммуникативном пространстве. Вернемся к этой теме в другой раз. Здесь же добавим, что собственный дискурс этой статейки, очевидно, является информативно-политическим, с явным желанием автора парадоксально перевернуть многие клише этого дискурса: «Франция — для мусульман» (на фоне известного «Франция — францу-

зам»); или: «Франция с ее традиционным лозунгом «Свобода, равенство, братство» сегодня стала мишенью номер один для тех, кто любит порассуждать о религиозной нетерпимости».

Обращает на себя внимание попытка автора материала развернуть его как *интригу*. Текст начинается словами: «Минувшую субботу Париж встретил в состоянии раздраженном. Повышенные меры безопасности всегда нервируют, а в этот день на улицы французской столицы, похоже, высыпали все полицейские города. Источником страха для властей оказались... женщины». Чем не начало детектива? Подчеркнем: многоточие не мы придумали, оно в самом тексте. В принципе, можно говорить о *беллетристическом дискурсе-изгое*, или дискурсе беллетризации, в таком примитивном виде из литературы уже исключенном, но обосновавшемся в журналистском тексте. Это — только штрих к проблематике газетного нарратива, которому будет посвящена следующая глава.

Сенсация в поле дискурса «болезненного сравнения»

«Американка родила шестерых» — «А в это время в Курске умерло четверо новорожденных». Все это вместе под рубрикой «Рекорды». С этикой у «Комсомолки», как у всякой массовой газеты, порой бывает туговато. Но не стоит упрекать в этом газету и ее авторов — виноват, если так можно выразиться, сам газетный дискурс, по необходимости своего площадно-уличного, полубеспризорного существования вынужденный не церемониться в выражениях — правда, пока не поколотят. Это ведь, к примеру, не бюрократический дискурс, прочно обосновавшийся в присутственных местах, осевший слом словесной пыли на стандартной мебели, застывший в отблесках очков должностных лиц, вросший в содержимое папок с делами. Это дискурс табло-

ида, обращенный к улице, продающийся на улице, исчезающий и ежедневно возрождающийся в своем непрочном газетном теле. Постоянно возникающие конфликты газеты и общества на этической почве — это конфликты дискурсов, а не только людей, вовлеченных в производство этих дискурсов. Или, по Р. Барту, это война языков. Данная точка зрения, конечно же, грешит максимализмом, но мы делаем это специально, чтобы обострить саму проблему — проблему *ответственности* дискурса как такового.

Первый материал из этой связки развернут в поле *дискурса сенсаций*. Вообще сенсацию можно определить в рамках одной из характерных коммуникативных стратегий средств массовой информации: это установка на изложение определенного момента происходящего как события из ряда вон выходящего и тем самым привлекающего внимание, или такого события, которое в общем плане давно ожидается и к которому уже привлечено общественное внимание.

Однако, оказываясь в связке с последующим текстом, данный материал обретает дополнительное интердискурсивное звучание — он попадает в поле общего для обоих текстов *дискурса «болезненного сравнения»* — «как у них и как у нас», весьма характерного для российского менталитета. «У них» — все хорошо, «у нас» — если и не плохо, то все равно как-то криво. Сопоставим еще раз: «Американка родила шестерых» с подзаголовком «За полторы недели» — «А в это время в Курске умерли четверо новорожденных». Можно не вдаваться в детали — и лучше не вдаваться, а то выяснится, что «врачи квалифицируют их (американских новорожденных. — И. С.) состояние как критическое, хотя считают, что у близнецов есть шанс выжить», и вся эта наспех построенная дискурсивная конструкция разва-

лится, как карточный домик. Отвлекаясь от конкретной темы, заметим, что характерной особенностью журналистского дискурса вообще, а новостного — в частности, является то, что заголовок материала чрезмерно обостряет тему сообщения, стремится перевести ее в поле острой проблемности или сенсационности. Тем самым общее дискурсное пространство газеты становится наполненным силовыми линиями смыслового напряжения, словно трансформаторная будка.

Частица «уже»

Именно так строится заголовок следующего материала: «В Ираке погиб уже 500-й американец». Уберите частицу «уже», и заголовок потеряет необходимую дискурсную остроту, исчезнет требуемое напряжение, и материал останется только тем, чем ему, наверное, и следовало бы быть — не более чем простым информационным сообщением. Однако, чтобы хоть как-нибудь подогреть смысловую остроту, заданную заголовком, автор к завершение материала пускается в обобщения с ссылками на неких «социологов», которые считают, что «критической (для американского общественного мнения. — *И. С.*) может стать цифра в 1 тысячу погибших». Как и в предыдущем случае, здесь налицо авторская стратегия усложнить дискурсную структуру текстов — изначально не более чем прямо и просто информационных — дополнительными дискурсными планами. Здесь это план навязанной читателю сенсационности, совмещенный с планом псевдоаналитики, в предыдущем материале, — план еще более искусственной сенсационности, совмещенный с мало уместным морализаторством.

Что такое «здравый смысл»?

В авторской рубрике «Здравый смысл Евгения Анисимова» развернута статья «На пенсионные

деньги в рулетку не играют». Уже в самой формулировке рубрики, с точки зрения того же самого здравого смысла, совмещаются несовместимые моменты, ведь здравый смысл, осуществленный в суждении, по определению является дискурсом обобществленным, он не может быть персональным. Стратегия *парадоксализации* текста и особенно заголовков не менее характерна для журналистского дискурса, чем стратегия сенсационности. В этом, в свою очередь, заключена своя парадоксальность: журналистский дискурс как таковой призван транслировать в общество им же, обществом, созданные и им же, обществом, востребованные *стереотипы*, потому изначально стремится к воспроизведению «общего мнения», «здравого смысла», в общем, *доксы*¹³ и всего того, что П. Бурдые называет «*события omnibus*»¹⁴. С другой стороны, сама дискурсивная манера представления доксы в журналистском тексте стремится быть по возможности необычной, вплоть до степени парадоксального¹⁵. Поэтому универсальную формулу журналистского дискурса можно выразить следующими словами: *рассказать об обычном через необычное*.

Та же авторская интенция парадоксализации заложена и в формулировку самого заголовка матери-

¹³ См. об этом, в частности: *Пэито Л.* Интеллектуальная докса // Socio-Logos'96. Альманах Российско-французского центра социологических исследований Института социологии Российской Академии наук. М., 1996. С. 32—38.

¹⁴ *Бурдые П.* О телевидении и журналистике. С. 30.

¹⁵ О ментальных и нарративных структурах парадоксального см., в частности: *Силантьев И. В.* Парадоксальное // Дискурс — 2'96. Новосибирск, 1996. С. 108—110; *Силантьев И. В.* Парадокс в системе средневекового литературного сюжета // Материалы к словарю сюжетов и мотивов русской литературы: От сюжета к мотиву. Новосибирск, 1996. С. 64—76.

ала: «На пенсионные деньги в рулетку не играют». Ну конечно же, не играют! — так и хочется воскликнуть в знак согласия. А потом закрадывается сомнение: если об этом *пишется* (= дискурсивно *утверждается*), то, может быть, играют? — разумеется, в переносном смысле. В результате создается эффект парадоксального совмещения смысловых противоположностей, что и требовалось.

«Заявление» о «просьбе» с «призывом»

Обратим внимание на непритязательный с виду, но достаточно занимательный в своей интенциональной структуре образчик предвыборного политического дискурса — «Заявление» кандидата в президенты Сергея Глазьева. В этом тексте кандидат, ссылаясь на «кризис в России», просит «честным рублем» поддержать его избирательную кампанию (с приложением реквизитов избирательного счета кандидата в президенты). Обратим внимание: не обращение, не призыв, не просьба, а *заявление* — и это при том, что небогатый комплекс коммуникативных интенций данного текста сводится именно к *обращению* (к «Дорогим соотечественникам»), *призыву* («Нам нельзя упускать шанс мирного выхода из кризисной ситуации...») и *просьбе* («И я прошу вас, сограждане...»). Нечто определенно *бюрократическое* сквозит в дискурсивной природе заголовка — но дело даже не в этом. Наиболее нейтральная форма интенциональности текста — *заявление* — выбрана в качестве заголовка текста, на наш взгляд, затем, чтобы по возможности скрыть действительные интенции текста. Сравните: кандидат в президенты *заявляет* — и кандидат в президенты *просит*. Выигрышность первой дискурсивной позиции по сравнению со второй вполне очевидна.

Привлекательность технического

Материал, открывающий 5-ю страницу газеты — «Американцы собрались на Луну» — служит хорошим образчиком того, как газетный дискурс в его весьма неразборчивых информационных аппетитах вбирает в себя специализированные профессиональные дискурсы — вместе с информацией, которую стремится передать в приближенном к оригиналу варианте. В нашем случае таким дискурсным «блюдом» для газеты служит технический дискурс.

На первый взгляд может показаться, что профессиональные дискурсы близки по своему характеру к тематическим, однако между ними есть существенные различия. Тематический дискурс группируется вокруг некоей концептуально значимой тематики, к которой обращена в своих интересах широкая аудитория, и в силу этого публичного интереса тематический дискурс, словно мост, соединяет средства массовой информации с дискурсной стихией повседневного общения. Так, темы разгула преступности или наркомании активно обсуждаются в прессе и на телевидении, но речь об этом весьма вероятно может пойти и среди приятелей при встрече, и в компании случайных попутчиков в поезде. Тематическая структура профессиональных дискурсов совершенно очевидна, и, как правило, она подчеркнута выделяется набором терминологической лексики, но она опосредована уже не общественным интересом, а моментом самой профессиональной, специальной деятельности и общности. Это означает, что профессиональные дискурсы близки собственно институциональным — если соответствующая профессиональная сфера сама в достаточной мере институционализирована. В этом случае профессиональный дискурс составляют как бы внутреннюю, «эзотерическую» компоненту институционального дис-

курса: таков, в частности, профессиональный дискурс врачей в структуре медицинского дискурса.

Текст материала сам по себе нашпигован научно-технической терминологией, которая в своей ощутимой плотности прямо отсылает читателя к соответствующему дискурсу технических наук и технологий: «изотоп гелий-3», «топливо для термоядерных реакторов», «изотоп водорода дейтерий», «сотни тонн азота, углекислого газа и водорода», «гравитация», «ступень ракеты» и т. д. Более того, материал сопровождается достаточно разработанной «схемой» (слово-то какое!) «лунной базы», на которой подробно размечены технологические элементы этого сложного технического целого, а главное, рисунки сопровождаются фрагментами собственно технического дискурса. Здесь и «танкеры для перевозки жидкого кислорода на поверхности Луны», и «лунный завод по производству кислорода», и «бульдозеры с дистанционным управлением», которые «собирают грунт и доставляют на завод». А каково вот это: «Энергия солнца накапливается в регенеративных топливных элементах для использования ночью, которая длится на Луне 350 часов!» Если бы не последняя деталь, достаточно любопытная с точки зрения обывательского неведения, то газету можно было бы отложить в сторону с зевком скуки — или просто перевернуть страницу в поисках легковесной сенсации.

Впрочем, тяжесть и нагруженность текста конструкциями технического дискурса в достаточной мере компенсируется интервенцией дискурса обиходной болтовни, сильно поперченной авторской иронией. Приведем несколько примеров: «Присутствующие (при выступлении Джорджа Буша. — *И. С.*) едва не прослезились»; «Обосноваться на Луне хотели бы и китайцы. Создать там базу они наме-

рены к 2030 году. *Казалось бы, им-то зачем?»*; «На Земле столь полезного гелия ничтожно мало. А на Луне полно»; «*И кто знает, может быть, спалив немного Луны, получится создать на ней и свою атмосферу? И тогда не только на Марсе будут яблони цвести*» (курсив наш. — И. С.).

В лабиринтах эпистолярии

Эпистолярный дискурс в своих коммуникативных стратегиях в равной мере отвечает и интерперсональному, и институциональному началу. С одной стороны, мы пишем письма друзьям и любимым, с другой стороны, существуют жанры официально-делового и дипломатического письма. Подобная раздвоенность позволяет усомниться даже в статусе эпистолярного дискурса как такового: может быть, это и не целостный дискурс вовсе, а не более чем набор жанровых форм, обслуживающих различные традиции человеческого общения? Воздержимся пока от попыток установить ясность, и, более того, добавим еще неясности: массовая газета дает нам образчик совершенно перепутанных эпистолярных стратегий в виде жанра так называемых «писем читателей». В самом деле, «письмо читателя» — это послание, характеризующееся: а) развитым персональным началом, при этом б) адресованное институциональному целому газеты — но в) преимущественно в интерперсональном ключе, поскольку автор письма предполагает, во-первых, некоторое личностное участие в его проблемах некоего конкретного «человека из редакции», «чуткого и мудрого журналиста», и во-вторых, письмо все-таки будет прочитано конкретными читателями и принято или не принято ими с точки зрения их личностной позиции. Сложно найти эпистолярный жанр, более противоречивый в своих коммуникативных стратегиях (позволим себе предположить, что в известной степени с

«письмом читателя» может сравниться только жанр «доноса в органы», однако воздержимся от анализа коммуникативных стратегий последнего). К слову, так называемое «открытое письмо в газету», в отличие от «письма читателя», лишено противоречивости, потому что откровенно и явно публично, и использует институциональный статус газеты только как трибуну, как приемлемого посредника в донесении некоей личной и в то же время общественно значимой позиции до общества как такового.

На 6-й странице номера мы встречаемся с достаточно характерным образчиком «письма читателя», с той только особенностью, что оно было наговорено по телефону, а его аудиозапись перенес на бумагу журналист. Текст, патетически озаглавленный «Было время, когда офицеры снимали с себя бушлаты», посвящен громкому событию начала 2004 г., когда в Новосибирском аэропорту в долгом ожидании рейса на уличном морозе переохладились и заболели призывники. Не вдаваясь в событийные аспекты этой невеселой темы, обратим внимание исключительно на дискурсную структуру текста.

Безусловно, дискурсной доминантой этого материала является персональный дискурс с настолько явными стилистическими, психологическими и характерологическими тональностями, что за текстом ощутимо угадывается языковая личность автора послания — простой и активной женщины-матери, «председателя комитета солдатских матерей г. Куйбышева» (город в Новосибирской области. — *И. С.*). Этот доминантный дискурс так и можно условно назвать — «дискурс солдатской матери-активистки». Вот его образчики: «Прочитали вашу статью “Кто заморозил 200 призывников в новосибирском аэропорту” ... и она отозвалась болью в душах нас, матерей солдат! В статье правильно написано:

даже скот не ходит без пастуха! А ведь это солдаты! Они привыкли все делать по приказу! Ведь с ними кто-то был. Неужели те офицеры, которые за них отвечали, так же отнеслись бы к своим сыновьям, внукам? ... Мой муж сам служил, и он вспоминает, что в былое время офицеры снимали с себя бушлаты, чтобы обогреть солдат. Сейчас этого нет».

Вместе с тем в этот, на первый взгляд, простецкий текст вплетена стандартная риторическая аргументация общественного движения, которое представляет автор «письма»: «Мы считаем, что причины таких происшествий — это, во-первых, снижение качества призывного состава, а во-вторых, то, что нет должного контроля за солдатами». И далее: «Почему это происходит? И как социально защитить солдат, которые получили заболевания в результате прохождения военной службы?» Особенно диссонируют с общей личностной тональностью материала эти «во-первых» и «во-вторых». Так что же перед нами: эмоциональное выступление, «крик души» задетого за живое читателя — или набор затверженных призывов общественного деятеля провинциального масштаба? И то, и другое. Самая противоречивая интенциональная структура газетного жанра «письма читателя» способствует сталкиванию и перемешиванию в одном тексте столь различных в своей коммуникативной природе дискурсов.

Преодоление тематической фрагментарности

Подведем некоторые итоги анализа дискурсной структуры содержимого супер-рубрики «Картина дня» (страницы 2—7 газеты).

Наш исходный тезис был непоправимо противоречивым: мы утверждали, что материалы, расположенные в «Комсомольской правде» под рубрикой «Картина дня», разрозненны, фрагментарны и центробежны — и в то же время создают некую единую

картину мира. Причина кроется в двойственности самого феномена газетного текста, который в рамках *сегодняшнего дня* выступает в статусе *актуально-го высказывания*, а значит, имеет непосредственные, живые связи с питающими его *дискурсами*. Именно в силу этого неизбежная тематическая фрагментарность ансамбля газетных текстов (ведь газета — это не энциклопедия) преодолевается через достаточную полноту спектра дискурсов и через разнообразие дискурсных взаимодействий, возникающих в текстах газетных материалов. Каковы же эти дискурсы?

Порядок дискурсов

В первую очередь, это дискурс *нейтрального информирования* — тот, который, казалось бы, должен быть основным для средств массовой информации. Как это было бы просто, если бы газетный текст ограничивался только данным дискурсом! И как это было бы однообразно и скучно, а главное, какое опустошающий, выхолащивающий эффект произвела бы такая газета в коммуникативном пространстве общества! Ведь именно газеты (и средства массовой информации в целом) своей дискурсной полнотой и даже избыточностью в определенном смысле компенсируют неполноту дискурсного репертуара обывателя или узкого специалиста, каковыми мы, в большинстве своем, и являемся. Поэтому можно говорить о том, что средства массовой информации необходимы обществу не только с точки зрения потребностей в информации, но и с точки зрения наполнения коммуникативного пространства дискурсами. Или суррогатами дискурсов? Здесь заключена серьезная проблема. Можно не ходить в театр и читать заметки о театре в воскресных газетах. Можно не читать художественную литературу и довольствоваться размышлениями о литературе, высказы-

ваемыми в телепередачах. Наконец, можно (и, очевидно, нужно) не общаться в маргинальных слоях общества (криминал, бомжи, богема и др.) и с любопытством читать о них (и самое главное — усваивать их дискурсивные практики) в той же самой «Комсомольской правде». Итак, что же поставляют нам средства массовой информации вместе с собственно информацией — дискурсы или суррогаты дискурсов? На этот вопрос еще предстоит ответить, пока же вернемся к суммированию наших первоначальных наблюдений.

Выявленные дискурсы выстраиваются в определенную иерархию. В ее основании, «внизу», находится универсальный дискурс *повседневности* — мы неоднократно замечали его присутствие в газетном тексте даже на уровне рубрик и заголовков. Он может являться и без видимой причины — просто потому, что тональность непосредственной разговора «на ты» по определению свойственна газете, или затем, чтобы ткнуть пальцем («*Вот, смотри!*» или «*Эй, смотрите!*»), или затем, чтобы что-то или кого-то осмеять или унижить.

Дискурс «*здорового смысла*», отмеченный нами в одном из текстов, как таковой также частично входит в повседневный дискурс (куда же без здравого смысла и соответствующих высказываний в обыденной жизни), и частично входит в высокоорганизованные дискурсы воспитания и образования, литературы и науки.

Совсем близко к повседневному дискурсу расположен и дискурс *сенсации* (в масштабном виде он практически полностью принадлежит средствам массовой информации, а в мелочах — все тому же повседневному дискурсу в качестве его органической части («*Слыхали? Видели? Пойдем, поглядим*»). Субдискурс мелкой обывательской сенсации в рам-

как повседневного потока общения еще можно назвать *дискурсом слухов*.

Частично входит в поле повседневного дискурса и дискурс *справедливости* — когда он проявляется в частных разговорах, мнениях и суждениях (известное: «*Что хотят, то и делают!*»). И тот же дискурс становится неотъемлемой частью журналистского и многих других публичных дискурсов в форме общественно востребованных рассуждений о справедливости, поиска и требований справедливости и т. п.

С дискурсом справедливости соседствует и дискурс *«болезненного сравнения»* («*Как у них все хорошо и как у нас все плохо и никуда не годится!*»). Снова мы видим ситуацию двойного вхождения данного дискурса — в повседневный дискурс и в публичные дискурсы, и прежде всего в журналистский дискурс.

В общем виде, ситуация двойного вхождения, как мы ее назвали, оказывается возможной, потому что рассмотренные субдискурсы — здравого смысла, сенсации, справедливости, сравнения — являются в большей степени *тематическими*, или, более точно, *проблемно-тематическими*, они вырастают вокруг определенного концепта или группы концептов, и поэтому способны входить в структуру дискурсов, квалифицируемых по более общим свойствам своего функционирования в социуме.

Аналогичную позицию двойного отношения к повседневному дискурсу и к дискурсу средств массовой информации занимает тематический дискурс *«верхов, власть имущих, политической верхушки, номенклатуры»*, тесно пересекающийся в его традиционно российской версии с дискурсом справедливости, точнее, *несправедливости* («*Все начальники неправы и нечестны*», «*Наверху правды нет*» и т. п.).

Сделанные наблюдения также показывают, что журналистский дискурс самыми крепкими отноше-

ниями — как таковой и через проблемно-тематические субдискурсы — связан с дискурсом повседневного общения.

В дискурсе повседневного общения, а вслед за ним и в журналистский дискурс, вкраплен и базовый дискурс недавнего прошлого нашего общества, достаточно условно названный нами «советским» дискурсом. Если в отношении приведенных выше тематических дискурсов можно говорить о том, что они первоначально формируются в повседневном общении, а затем также развиваются в тех или иных специализированных средах общения, то у «советского» дискурса обратная судьба: от партийного съезда, от официального направляющего документа, от речи политического обозревателя и передовицы в центральной газете — в речь литературно-художественную, публично-политическую, газетно-публицистическую и повседневную. И если в современной литературе «деревянный язык» деконструирован дискурсом постмодернизма¹⁶, если из бытового общения этот дискурс постепенно уходит вместе с людскими привычками «выражаться» и самими людьми, если в публичной политике он стал легко и персонально узнаваем (Зюганов, Харитонов и т. д.) и поэтому безобиден и формален, то газета остается его последним убежищем, последним полем, на котором этот дискурс способен, как вирус, заражать тексты и целые пространства текстов. Понятно, что мы не имеем в виду собственно коммунистические газеты, которые и не газеты вовсе, поскольку практически полностью развернуты в пространстве агитационно-

¹⁶ Шатин Ю. В. Политический миф и его художественная деконструкция // Критика и семиотика — 6' 2003. Новосибирск, 2003. С. 67—78.

политического дискурса как такового, т. е. это не более чем периодические агитационные материалы.

Вместе с тем массовая газета, в своем обывательском интересе ко всему мало-мальски сенсационному или хотя бы удивительному, способна впитывать в себя сквозь губку своих текстов частицы профессиональных дискурсов в их ярко выраженных тематических аспектах. Таков обнаруженный нами в одном из рассмотренных выше материалов собственно *технический* профессиональный дискурс. Однако в целом профессиональные дискурсы по определению чужды массовой газете, и, внедрив их в себя, газета сразу же начинает их изживать, переваривать, нейтрализовать — а разъедающим кислотным раствором служит все та же всепоглощающая болтовня повседневного дискурса.

Следующий самостоятельный в своей практике дискурс, не связанный непосредственно с традициями повседневного общения, — дискурс *политический*, который в рассмотренных выше текстах проявил себя, как минимум, в трех разновидностях — это *дискурс политического официоза*, *предвыборный дискурс* и *публичный политический дискурс* с ярко выраженными коммуникативными стратегиями полемики¹⁷.

Очередная группа включает в себя дискурс *российского государственного официоза*, *бюрократический дискурс* и *церковно-православный дискурс*. Их объединяет своего рода культурная выделанность, приподнятость над сферой повседневного общения и его

¹⁷ Здесь нет необходимости в детальной характеристике политического дискурса — см. об этом, в частности, исследования: Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса. М., 2004; Политическая наука. Политический дискурс: История и современные исследования. М.: ИНИОН РАН, 2002. № 3.

дискурсов. Это институциональные дискурсы в полном смысле этого термина, и вместе с тем они имеют прямое отношение к системе дискурсов культуры: первый погружен в традиционные темы *высокой* русской истории, второй отражает культуру российской документалистики, третий олицетворяет собой российскую церковно-православную культуру.

И замыкает ряд последний дискурс — как мы его назвали, *беллетристический* дискурс, или дискурс *интриги*. Коммуникативная стратегия этого дискурса заключается в том, чтобы внести интригу в излагаемую историю, выстроить ее компоненты таким образом, чтобы между ними возникло напряженное смысловое противоречие, т. е. *сюжетные отношения* в собственном смысле этого слова¹⁸.

«Педсовет» и «политкухня»

Обратим внимание, что нам понадобилось более 10 страниц текста только для анализа материалов, объединенных под супер-рубрикой (шапкой) «Картина дня». Однако, это только 6 страниц из 24-х! Позволим себе теперь кратко пробежаться по остальным супер-рубрикам («шапкам»), затем чтобы обратиться к другим аспектам газетного текста в его взаимосвязях с различными дискурсами и коммуникативными стратегиями современного общества.

«Взгляд с 6-го этажа», «Бизнес-пресс», «Педсовет», «Только у нас», «Политкухня», «Спорт», «Их нравы», «Кино», «Новосибирск: смотрины КП», «Новосибирск: биржа труда», «Новосибирск: криминал», «Сканворд», «ТВ: вторник, 20 января», «Те-

¹⁸ Подробнее об этом см. в следующей главе, а также в нашей работе: *Силантьев И. В.* Парадокс в системе средневекового литературного сюжета // *Материалы к словарю сюжетов и мотивов русской литературы: От сюжета к мотиву.* Новосибирск, 1996. С. 64—76.

левизор КП», «На диване с “Комсомолкой”» — вот полный перечень остальных супер-рубрик газеты. Даже столь беглый обзор позволяет сделать определенные заключения, согласующиеся с предыдущими наблюдениями. Первое: газета стремится к тематической полноте, но это несбыточное стремление, потому что сама стратегия выбора тематизмов полностью находится в поле притяжения востребованных обществом стереотипов. Второе: даже на самом верхнем уровне супер-рубрик газета не может удержаться от смешения и слияния дискурсов и коммуникативных стратегий самых разных статусов и самых различных уровней в структуре этих статусов. Чего стоит хотя бы рубрика «Педсовет»? Достаточно одного этого слова, чтобы вызвать к жизни на страницах газеты это милое чудовище школьного дискурса. Или рубрика «Их нравы»? Что здесь: газета пародирует эту ехидную формулу советского дискурса или, наоборот, «советский» дискурс, отчаянно сопротивляясь забвению, цепляется за страницы газеты? А «Политкухня»? Вот это действительно эффективно и красиво, с точки зрения *произведения* (в математическом смысле слова) коммуникативных стратегий и дискурсных меток. «Политкухня» — это «кухня политики», с одной стороны (и отсюда собственно политический дискурс), а с другой стороны, это «кухня, на которой говорят о политике» — т. е. прочно сидящий в структуре российского хабитуса хронотоп повседневного дискурса не только прошлых, но и настоящих времен. Последнее — «На диване с “Комсомолкой”» — снова возвращает нас к обозначенной в начале предыдущей главы проблематике вещно-телесного начала газеты, а вернее, встроенности газеты как текста в *вещно-телесный дискурс* современной культуры.

Глава третья **Газетные нарративы**

В этой главе мы предпримем попытку анализа нарративных особенностей газетного дискурса как открытого множества текстов, определенных в плане своих коммуникативных стратегий и форм выражения, а также обладающих традицией и перспективой своего функционирования и бытования.

Для начала обратимся к простой теории.

Ключевыми категориями нарративного анализа дискурса выступают *событие* и *нарратив*. Второе определим через первое: нарратив есть последовательность изложенных, рассказанных, явленных в определенном коммуникативном акте событий.

В этой формуле, помимо еще неопределенной категории события, заключена и другая неопределенность, подозрительная в своей скрытой тавтологичности: что такое *изложенность*, *рассказанность* событий? Этот недостаток нашего определения мы постараемся преодолеть несколько позже, а сейчас обратимся к содержанию категории события. Для этого определим два вспомогательных, промежуточных понятия *процесса* и *факта*.

Процесс и факт

Философ, наверное, побьет автора палкой за следующее определение: будем называть *процессами* все, что происходит вокруг нас, помимо нас, с участием нас, внутри нас. Вот человек сидит в комнате и читает книгу: динамика атмосферы комнаты представляет собой некий процесс; чтение человеком книги тоже является процессом (и даже комплексом сопряженным процессов), сам человек в это время являет собой сумму процессов своей жизнедеятельности. На столе стоят часы и тикают — тоже процесс. За окном шумит улица — это тоже слож-

ный и пока нерасчлененный человеческим наблюдением процесс. И так далее.

Теперь обратимся к простому примеру. Представим себе улицу, дорогу — так называемую проезжую часть, по которой с шумом проносятся автомобили. Это, согласно нашему определению, некий процесс. Представим теперь трех причастных к дороге наблюдателей, наделенных различными точками зрения: праздного пешехода, прогуливающего собаку, пассажира, стоящего на остановке, и офицера дорожной службы, следящего за соблюдением правил движения.

Что увидит каждый на дороге? Первый вообще не обращает на нее внимания — ну разве что его заинтересует новая модель автомобиля или какое-либо происшествие на дороге. Второй целенаправленно высматривает в проезжающем транспорте свой автобус, троллейбус, трамвай и т. п. Третий фиксирует превышения скорости и другие нарушения дорожных правил в движущемся транспорте как таковом.

Ясно, что все трое по-разному дифференцируют, по-разному членят соседствующий с ними процесс на некие дискретные элементы — в зависимости от точки зрения на этот процесс. Договоримся называть *фактами* все более или менее целостные динамические моменты, которые человек вычленяет из определенного процесса, руководствуясь определенной точкой зрения. Подчеркнем — динамические, а не статические. Статических фактов (в нашем понимании факта как определенного момента определенного процесса) вообще не может быть. Например, передо мной лежит клавиатура компьютера. Фактом, который я фиксирую, является не клавиатура как вещь сама по себе, а момент ее характерного и по-своему уникального бытования среди бытования других предметов в моем кабинете, что

в целом воспринимается мной как один из окружающих процессов.

Другая оговорка — факт в нашем понимании не всегда соотносим с обыденной трактовкой этого термина как чего-то безусловно реального, *на самом деле существующего*. Поскольку процессы, к которым имеет отношение человек, могут быть ментального характера, постольку и выделяемые из них факты могут быть ментальными фактами — например, картины сна или фантазии.

Факт и событие

Продолжим наш пример. Пешехода, прогуливающего собаку, обрызгал грязью небрежный автомобилист; пассажир на остановке дождался своего автобуса; дорожный инспектор задержал нарушителя. Все это — уже не факты, а простейшие *события*. Если для квалификации факта достаточно, если так можно выразиться, критерия *замеченности* (с определенной точки зрения, позиции), то событие предполагает *вовлеченность* человека в отмеченный им факт или совокупность фактов. При этом вовлеченность может быть не только социально-ситуативного плана (как в приведенных выше примерах), но и плана личностного, и поэтому событие не просто *ментально*, но и отчетливо *аксиологично*¹⁹.

Так, характерные, ментально существенные и ценностно значимые для человека повороты (= факты) его личного и социального жизненного целого (завершение образования, брак, рождение ребенка, кончина близкого человека и др.) воспринимаются им как события его судьбы. Незапланиро-

¹⁹ В нашем сугубо прикладном исследовании нет необходимости разворачивать обзор нарратологических теорий события — см. об этом, в частности, работы: *Тюпа В. И.* Очерк современной нарратологии. С. 18—24; *Шмид В.* Нарратология. М., 2003. С. 13—18.

ванные и неожиданные, но в той же мере значимые для человека повороты и нарушения его повседневной жизни воспринимаются как события авантюрного характера, *вторгающиеся* в жизнь человека (катастрофа, похищение и т. п.). Возможна (и вполне характерна) ситуация личностного вовлечения в сверхличные события истории (участие в войне, грандиозных стройках и др.), и в таком случае судьба человека в большей или меньшей мере приобретает эпохальный смысл. Подчеркнем — речь идет о вовлечении *личностном*, а не просто личном, т. е. вовлечении ценностно-смысловом, а не только внешне-биографическом.

При этом, если соотносить характерную точку зрения и характерную оценку с определенным типом дискурса (а так оно, вне всякого сомнения, и есть), то предложенное выше понимание факта смыкается с концепцией факта Ю. С. Степанова: «... факт есть пропозиция, истинная в рамках одного данного текста, который представляет собой особый случай употребления некоторого языка, особый “подъязык”, или, как мы уже сказали выше... — дискурс»²⁰. Другое дело, что «текст» (мы бы сказали — высказывание) *еще* или *вообще* может не осуществиться, однако стоящий за этим потенциальным высказыванием дискурс через своего субъекта (в нашем случае субъекта репрезентирует наблюдатель) *уже* соотнесен с определенным порядком конструирования и определенными правилами выбора фактов.

Средства массовой информации, особенно в их новостном компоненте, постоянно разворачивают перед человеком череду фактов, в большей или меньшей степени значимых с точки зрения общественного интереса, и при этом человек как комму-

²⁰ Степанов Ю. С. Альтернативный мир, Дискурс, Факт и принцип Причинности. С. 53.

никативный партнер СМИ какие-то факты из предложенного ряда выделяет как лично значимые для него, как несущие определенную ценность и определенный смысл (пусть и отрицательный) для его собственной жизни. Происходит ценностно-смысловое вовлечение человека в происходящее не с ним и не здесь, а с кем-то и далеко: факт становится событием, и это событие способно существенно изменить если не личную жизнь человека, то, во всяком случае, его мироотношение и мироощущение. То же и с обществом в целом: общество вовлекается своей системой оценок, мнений, убеждений, в целом, смыслов — в череду сообщаемых фактов — и преобразует их тем самым в систему событий, что, конечно же, оказывает и обратное влияние на исходные оценки и мнения общества.

Событие и нарратив

Итак, мы определили событие как результат личного и общественного *вовлечения* в определенный факт, как результат *сопричастного осмысления и аксиологизации* определенного факта. При этом событие неизбежно обретает свойства автокоммуникативного явления²¹, потому что индивидуальный или коллективный субъект сознания, присваивая определенный факт и образуя тем самым новые смыслы своей сопричастности происходящему, адресует эти смыслы в первую очередь самому себе. Поэтому событие в момент своего автокоммуникативного генезиса уже несет в себе зачаток своей рассказанности. Это явление, которое можно назвать своего рода *внутренним нарративом*, сродни, как нам

²¹ В понимании феномена автокоммуникации мы опираемся на наблюдения и определения, развернутые Ю. М. Лотманом в работе: Автокоммуникация: «Я» и «Другой» (О двух моделях коммуникации в системе культуры) // Лотман Ю. М. Семиосфера. СПб., 2000. С. 163—176.

кажется, явлению *внутренней речи*, в том его понимании, которое развивал Л. С. Выготский²².

Если автокоммуникативная установка развивается в собственно коммуникативную, во внешне коммуникативную, то внутренняя потенциальная нарративность развертывается уже во внешнем нарративе — в устном рассказе, в сообщении, в письме и т. д.

В случае с эстетически значимыми коммуникациями в нарративные стратегии внешней коммуникации вновь отчетливо вплетается автокоммуникативность, поскольку эстетический адресат художественного произведения в известной мере включает в свою сферу и автора этого произведения.

Вернемся к начальному определению нарратива: это последовательность изложенных, рассказанных, явленных в определенном коммуникативном акте событий. Теперь становится ясно, что имеется в виду под «рассказанностью» события: нерассказанного события как такового не существует, оно формируется и живет только в зоне своей адресованной рассказанности, только как сообщение, посланное другому или себе как другому. Событие — это знак изменения самого себя, который индивид в первую очередь и адресует самому себе.

Вместе с тем в нашем определении нарратива находит свое отражение и его внешняя сторона: внешний нарратив есть, собственно говоря, *линейное изложение* в речи определенных событий. Наша речь линейна (если, конечно, принимать во внимание только ее вербальный компонент), и нарратив, развертываемый посредством речи, также не может не быть линейным. Другое дело, что внутри этой

²² *Выготский Л. С.* Мышление и речь. М., 1999. С. 275—336.

линейности события могут быть выстроены не в соответствии с их характерными взаимосвязями, перепутаны и переставлены — но здесь мы уже имеем дело со спонтанными или специальными стратегиями повествования, являющимися предметом психологии и поэтики.

Два измерения нарратива

Обратим внимание на два принципиально различных аспекта нарратива как линейного изложения событий.

С одной стороны, события нарратива можно увидеть с точки зрения причинно-следственных и пространственно-временных отношений — т. е. отношений *смежности*²³. Это аспект *фабулы* нарратива.

С другой стороны, события нарратива можно осмысливать в плане их со- и противопоставления, т. е. в отношениях *сходства*²⁴, и в необходимом отвлечении от фабульных связей²⁵. Это аспект *сюжета* нарратива.

Фабульная *синтагма* событий, увиденная в плане их разносторонних смысловых отношений, предстает в виде *парадигмы* сюжетных ситуаций. Иначе говоря, фабула синтагматична, сюжет парадигматичен.

Важно понимать, что ни фабула, ни сюжет не являются первичной реальностью нарратива — как исходного, явленного нам в коммуникативном акте изложения событий. Фабула и сюжет — это только два соотнесенных измерения нарратива, конструируемых в процессе его интерпретации.

²³ Якобсон Р. О. Два аспекта языка и два типа афатических нарушений // Теория метафоры. М., 1990. С. 114.

²⁴ Там же. С. 114—115.

²⁵ Ср.: Шмид В. Нарратология. С. 240, 243—244.

В рамках изложенной точки зрения можно говорить не только о непосредственной сюжетности нарратива в противоположность его фабульности, но и выделять метафабульную и внефабульную сюжетность. В первом случае в сюжетные отношения вступают события нескольких фабул, объединенных в рамках единого нарратива (например, фабула рамочного и внутреннего рассказа, или события различных газетных материалов, взаимно ориентированных в рамках единой рубрики); во втором случае в сюжетные отношения вступают события, вообще не связанные какими-либо фабульными отношениями (такова, в частности, событийность лирики и лирической прозы).

Событийность журналистского дискурса

Попробуем теперь представить журналистский дискурс как таковой в рамках модели «черного ящика». Мы не знаем, что внутри этого ящика и как он функционирует, и поэтому он «черный». Мы можем наблюдать ситуацию «на входе» и «на выходе» из черного ящика. В нашем случае: на входе некая достаточно широкая совокупность процессов, сопровождающих человека и общество, на выходе — совокупность событий, достаточно упорядоченная в рамках определенной иерархии смыслов и ценностей.

Собственно дискурсный механизм трансформации первого во второе, в самом общем виде, заключается, во-первых, в фактуализации происходящего и, во-вторых, в вовлечении индивида и общества в фактуализированное происходящее — только не путем активного действия, а посредством ментализации и аксиологизации этого происходящего заинтересованным сознанием. Это значит, что журналистский дискурс, реализуемый средствами массовой информации, конструирует мир людей и их

действий как мир событий²⁶. Более того, вне средств массовой информации и без них мир в принципе не был бы таким насыщенно событийным — и даже порой таким избыточно событийным. При этом самое представление событий в журналистском дискурсе не может осуществляться иначе, как в различных нарративных формах. Более того, журналистский дискурс в ряду других социокультурных дискурсов является одним из наиболее нарративизированных. В этом качестве с журналистским дискурсом может поспорить разве что дискурс беллетристики, с той только поправкой, что в беллетристике статус событий принципиально иной — они заведомо вымышлены. Однако всеядный журналистский дискурс поглощает и лакомые кусочки беллетристической событийности — равно как и беллетристика не прочь порой имитировать в своем вымышленном мире дискурс журналистики.

Газетные нарративы составляют основу нарративных стратегий журналистики — и далее речь пойдет о некоторых существенных особенностях газетных нарративов, обнаруженных нами на страницах «Комсомолки».

Событие и хронотоп

Уже на титульной странице номера нарративная стратегия газетного дискурса проявляется в совершенно отчетливой форме: «Накануне Крещения в Сергиев Посад привезли Царь-колокол». В этой повествовательной формуле, на первый взгляд, весьма простой, не только заключена нейтральная ин-

²⁶ Ср.: Демьянков В. З. Событийность в языке средств массовой информации // Язык средств массовой информации как объект междисциплинарного исследования: Тезисы докладов Международной научной конференции. Москва, филологический факультет МГУ им. М. В. Ломоносова, 25—27 октября 2001 года. М.: МГУ, 2001. С. 59.

формация о произошедшем факте (привезли колокол), но и расставлены совершенно определенные ценностно-смысловые координаты времени и места, определяющие интерпретационное поле восприятия этого факта читателем и вовлекающие читателя в состояние со-*бытия* с данным фактом: «накануне Крещения» (в непосредственной временной зоне важнейшего церковного праздника), «в Сергиев Посад» (в непосредственной пространственной зоне важнейшего церковного места). Для читателя, небезразличного к темам и ценностям православной веры и церкви, сочетание этих ценностно-смысловых координат создает совершенно особенный *хронотоп*, в силовых линиях которого факт обрачивается значимым событием. Развивающая тему статья на второй странице газеты (уже рассмотренная нами выше с точки зрения дискурсных взаимодействий в тексте) конкретизирует этот хронотоп, наполняя его новыми значимыми пространственными деталями: «перед монастырскими стенами», «рядом с усыпальницей Годуновых у подножия колокольни». Примечательно, что и самое *пространство* времени события в итоге раздвигается до масштабов *церковного времени* вообще: возвращение главного колокола православной страны берет свое начало в крещение, а завершается в пасхальные праздники: «Перед подъемом “Царя” освятит Патриарх Московский и всея Руси Алексей II. Это произойдет в дни светлой пасхальной седмицы... Первый звон огласит службу в день Святой Троицы».

Событие и чудо

В характеристике событийности данного материала нельзя обойти и весьма существенную с точки зрения общей нарративной перспективы попытку автора статьи вовлечь читателя в событийную атмосферу *чуда*, хотя бы только и предошущаемого:

«...к полудню к главным воротам обители подполз трейлер с колоколом. Стоящего на нем “Царя” зацепили тросом и приподняли строительным краном. *Металл застонал, и по толпе пробежал шепот*» (курсив наш. — И. С.).

«Чудо — это нарушение самого языкового кода, требующее выхода за границы данного языка и создания нового кода», — пишет Ю. В. Шатин²⁷. Так и здесь: грубая в своей чувственности метафора («*металл застонал*») на уровне кода совершенно выбивает выделенную фразу из общего текста, который в целом опирается на характерный для «Комсомольской правды» культурный код иронического смешения дискурсов. «Металл застонал, и по толпе пробежал шепот» — так можно начать патериковую легенду о чудесном событии, воспринимаемом его свидетелями в страхе и трепете (и именно таков культурный код, лежащий в основании этой фразы — хотя бы даже автор ее ничего не знал об агиографии), а вот глумливому дискурсу таблоида она весьма чужда. Подчиняясь ему, автор материала ниже по тексту пародийно снижает наметившуюся было нарративную перспективу развертывания чудесного: «Рабочие сыпали под их колеса (тягачей. — И. С.) песок, а под сани — снег. *Что несвойственно для таких суровых работ — никто не ругался! Вообще*» (курсив наш. — И. С.).

Ироническая тональность, не позволяющая развиваться рассказу о чудесном событии, сопровождает и серию коротких материалов, посвященных церковному празднику Крещения и собственно святой воде (страница 7). На провокационный в своей интенциональности вопрос «Помогает ли вам святая вода?» простодушные граждане, в частности, отве-

²⁷ Шатин Ю. В. Событие и чудо // Дискурс — 2'1996. Новосибирск, 1996. С. 6.

чали: «Я стояла в очереди за святой водой 4 часа! Но она мне просто необходима. У меня уже и ноги не ходят, и глаза не видят. И если бы не она, было бы еще хуже!»; «Святая вода действительно помогает. У меня был случай: несколько лет назад мы переехали в новую квартиру, а она оказалась нечистой. Тогда я принесла из церкви святой воды, окропила все стены, потолок, и вся нечистая сила ушла!» (курсив наш. — И. С.). Иронизация авторского дискурса дискредитирует наивный обывательский нарратив о чудесном событии — и в интенциональный унисон этим материалам вступает основной материал полосы, озаглавленный так: «В 20-градусный мороз за святой водой пришли тысячи новосибирцев». Приведем несколько примеров иронического снижения темы и нарочитой дискурсной несуразности текста: «Вознесенский кафедральный собор *неподалеку от цирка*»; «Я с восьми утра стояла! Три с половиной часа, — *сообщает* бабушка, унося в руках две заполненные водой *емкости*»; «Святую воду раздают в двух местах на территории собора. Служащие черпают ее из *огромных ванн литровыми емкостями и разливают обеими руками*» (курсив наш. — И. С.). Дискредитацию нарративной тематики чудесного завершает итоговая заметка под заголовком «Комментарий специалиста». Собственно, в заглавии все дело: *специалистом* оказывается «Отец Александр, настоятель храма Успения Пресвятой Богородицы», который однозначно серьезно и проникновенно рассказывает о религиозном смысле церковного праздника. По правде говоря, в этой газете — «Комсомолке» — иной раз невозможно понять: имеет ли место изощренное вплетение иронического смысла в текст материала, или же все это происходит даже не по воле автора, может быть, и неумелого, а порой и недалекого, а по воле самого дискурса массовой газеты,

неудержимо ироничного и по своей интенциональной природе *не верящего* ни во что на свете?

В целом можно заключить, что сюжеты о чудесном в рассмотренных газетных материалах не складываются — и, по-видимому, вообще не могут сложиться в этой газете. «Комсомолка» со всей ее иронией и показной сенсационностью — это обывательская газета, по-разному рассказывающая об обычном, но не однообразно повествующая о чудесном (и в этом, подчеркнем, одно из ее несомненных дискурсивных достоинств).

Будущее повествовательное

Обратимся к другому чрезвычайно интересному с точки зрения нарративного анализа материалу, напечатанному под знаменательной рубрикой «Прожекты». Статья называется «Американцы собрались на Луну», с подзаголовком «Буш-старший хотел этого еще в 1989 году» (напомним, мы уже рассматривали этот материал в предыдущей главе с точки зрения взаимодействия в его тексте технического и повседневного дискурсов).

Материал нашпигован мало-мальски интересными фактами на тему лунных экспедиций: о выступлении Джорджа Буша с новой космической программой США, о несбывшихся намерениях его отца, Буша-старшего, организовать экспедицию на Луну в 1989 году и др. При этом особенно интересно, с нарратологической точки зрения, пишется о китайцах и сути проблемы: «Обосноваться на Луне хотели бы и китайцы. (...) Китай рассчитывает добывать лунный изотоп гелий-3. Физики считают его чуть ли не идеальным топливом для термоядерных реакторов. (...) России, к слову, *хватило бы* и одной цистерны, чтобы навсегда забыть о нефти» и т. д. (курсив наш. — *И. С.*). В процитированном фрагменте ощутимо высока роль сослагательного накло-

нения, которое в нарративной структуре текста выполняет ключевую роль — с его помощью повествовательная перспектива разворачивается в будущее время. Классическая литературная традиция приучила нас к тому, что нарратив выстраивает события в *прошедшем повествовательном времени*: «было то-то и то-то...»; «прошло немного времени», «а затем», «но после этого», «и вот», и т. д. Это рассказы о *бывших* или никогда *не бывших, вымышленных* событиях. Газетный нарратив характерно обращен в *будущее повествовательное время*, потому что подчинен коммуникативной стратегии вовлечения читателя в такие события, которые претендуют на реальное для читателя существование. Такие события словно бы декларируют: «Мы есть и мы будем, и ты будешь с нами, читатель!», и именно через план *будущего* они стремятся встроиться в измерение *настоящего* времени — и в грамматическом, и в философско-житейском смыслах этого прилагательного.

Кстати, к вопросу о Луне: прочитавший материал читатель уж точно на некоторое время будет ощущать себя причастным к космическим технологиям и событиям недалекого — а значит, собственного будущего.

Обратим внимание на заметку, примыкающую к рассматриваемому материалу под заголовком «Вопрос читателям»: «В КП от 14 января мы рассказали об аттракционе, который задуман для будущих лунных туристов. Поскольку на Луне сила тяжести в 6 раз меньше, чем на земле, то, по расчетам, получится, что, надев крылья, человек мог бы летать, махая ими, как птица. Придумайте и напишите нам, чем еще можно развлечься, став в 6 раз легче?» При всей деланной инфантильности, характерно навязываемой читателю этим текстом, нарративная стратегия вовлечения читателя в план перспек-

тивной событийности посредством будущего повествовательного времени выражена здесь еще более отчетливо.

Интрига неудовлетворения

Напомним, что выше мы различали два аспекта читательской интерпретации нарратива — собственно фабулу и сюжет. Мы говорили о том, что фабула — это события нарратива, увиденные с точки зрения их причинно-следственных и пространственно-временных отношений, а сюжет — это те же события, но увиденные в плане со- и противопоставления, при необходимой нейтрализации фабульных отношений.

Сосредоточимся в этом разделе на характеристике сюжетных отношений, возникающих в газетных нарративах.

Ключевым сюжетным отношением нарративного дискурса как такового выступает отношение *актуального противоречия* между, как минимум, двумя событиями (чаще — между двумя или несколькими линиями, или фабульными совокупностями событий). Ситуация сюжетного противоречия в поэтике называется по-разному: коллизия, интрига, завязка, «недостача»²⁸. Газета по самой своей коммуникативной природе стремится *обострить* фактуальность происходящего, вовлечь в это обостренное видение читателя, сделать его причастным остроте (хотя бы кажущейся) происходящего — и основным приемом обострения служит сюжетная интрига, развернутая в тексте материала, но часто заявленная уже в самом заголовке.

Приведем характерный пример газетной интриги: «В Новосибирске пустоует каждое второе место дворника» (так называется подборка материалов на

²⁸ *Пропт В. Я.* Морфология сказки. Л., 1928. С. 45.

шего номера «Комсомолки» на странице 19). Здесь, собственно, и комментировать нечего: налицо ситуация «недостачи» в прямом смысле слова — дворников не хватает. Однако материалы, объединенные под этим простецким заголовком, по-разному и довольно интересно варьируют исходное смысловое противоречие.

Вот сопутствующий подзаголовок: «С повышением зарплаты в октябре 2003 года ситуация начала меняться к лучшему». Становится несколько забавно — о чем же тогда идет речь, где столь нужное газете обострение темы и ситуации? Ключевые тезисы материалов выравнивают баланс наличной остроты и благоприятной перспективы. Оказывается, что «главный дворницкий инструмент не меняется веками», что, несомненно, плохо, и сама по себе эта ситуация противоречит *ожидаемому* и *должному* — и читателю так и хочется в ответ спросить «А как там у них, в развитых странах, в Европе и в Америке?» — и самому себе по правилам дискурса «болезненного сравнения» ответить: «А совсем не так, как у нас, и намного лучше и современнее, а главное, что и получает там дворник больше, чем у нас профессор». Мы написали эти строки, еще не добравшись до конца газетной страницы — а когда добрались, убедились, что и сам автор идет на поводу у дискурса «болезненного сравнения»: подборка материалов завершается заметкой с характерным заголовком «А как у них?» — о том, что «Профессия мусорщика в Германии — одна из самых высокооплачиваемых. Представители этой профессии получают до 7 тысяч евро в месяц, тогда как средняя зарплата — чуть меньше 3 тысяч евро». Все-таки порой дискурсные стратегии массовой газеты оказываются удручающе предсказуемыми.

Далее, автор материала безжалостно расчленяет известный афоризм и задает «риторический» вопрос: «Дворник — это звучит гордо?», тем самым актуализируя одно из латентных и неизбежных противоречий российского общества — противоречие социальной необходимости и социального статуса. Автор продолжает нагнетать смысловую противоречивость текста: «“Малая механизация” мало помогает»; «Дворников не хватает во всех районах»; «двор зарастает кучами мусора или непролазными сугробами», «в последние годы ситуация с кадрами на дворницком фронте складывается почти критическая»; «Если в советское время дворникам давали служебное жилье, то в наше время тех, кто хочет устроиться на непрестижную должность ради жилплощади, часто ждет разочарование». Что же дальше? Прочтет читатель эти материалы, и с чувством плохо осознанного раздражения отбросит газету в сторону — ибо где то *желаемое должное*, что должно уравновесить *несовершенное настоящее*? С точки зрения классической поэтики нарратива, текст, застрявший на этапе формирования интриги и не развивающийся в сторону ее разрешения, не дающий развязки, обречен на читательскую неудачу. Автор, казалось бы, предпринимает попытку уравновесить сюжетную ситуацию и завершает материал заметкой о «лучшем дворнике Новосибирска»: «В торжественной обстановке ему вручили красную ленту победителя, диплом мэрии и премию в 10 тысяч рублей» — но и он, «лучший», «подался в сварщики». Опять не складывается сколько-нибудь благополучного завершения сюжета! Что же, в таком случае, может послужить читателю компенсацией за полученное неудовольствие от чтения плачевных материалов о новосибирских дворниках? Попробуем ответить, вслед за Г. М. Маклюэном, таким об-

разом: компенсацией служит реклама на соседних страницах газеты с ее лучезарным миром тотального товарного счастья²⁹.

Другой материал, заключающий весьма волнующую интригу, напечатан рядом, на 18 странице: «Сходи на ужин с Шейхом!» Этот материал — гвоздь номера, и его заголовок вынесен на титульную страницу газеты. Оказывается, «Шейх» — это не титул, а фамилия симпатяги-синегальца, баскетболиста, играющего в новосибирском «Локомотиве», и суть интриги в том, что он поужинает с самой остроумной и привлекательной новосибирской девушкой из числа тех, кто напишет ему письма. Окруженный фотографиями африканского гостя, весь текст так и лучится его симпатичным обликом. Это, конечно, не реклама в прямом смысле слова. Однако в спектр коммуникативных интенций этого материала, несомненно, входит задача рекламной самопрезентации самой газеты «Комсомольская правда» как газеты для молодых и подвижных (эту же функцию, к слову, выполняет и фото воронежской студентки-красотки, помещенное на последней странице газеты). Вот эффективный контраст — а самое главное, *противовес* — всем тем скучным дворникам. Этот контраст выполняет необходимую компенсаторную функцию, добавляя немного счастья, пусть даже будущего и не своего, в меню читательского употребления газетного номера. И интрига носит здесь перспективный характер, она вся в будущем — и в будущем *повествовательном* (газета ведь расскажет о юных корреспондентках Шейха), и в будущем *жизненном*: «Вся почта будет передана Шейху, а баскетболист выберет самое достойное письмо и пригласит его автора на романтический ужин. А даль-

²⁹ Маклюэн Г. М. Понимание медиа: Внешние расширения человека М., 2003.

ше... *Дальше, как говорится, уже их личное дело*» (курсив наш. — И. С.).

Анекдотичность газетных нарративов

Итак, сюжетная интрига неуклонно влечет газетный нарратив к разрешению ключевого противоречия *сущего* и *должного*, т. е. к развязке. А что происходит с газетным нарративом в том случае, если он не отягощен изначальным сюжетным противоречием, если его события не вовлечены в интригу?

Снова ненадолго обратимся к теории. В случае сюжетно непротиворечивого развития нарратива события, составляющие его, не связаны единством взаимного содержательного противоположения, но примыкают друг к другу в соответствии с взаимосвязанными принципами «вероятия»³⁰ и смежности — временной, пространственной, субъектной и т. п. Иными словами, нарратив в таком случае приближается к другому полюсу — *фабульному*.

В своих характеристиках литературных нарративов Э. Ауэрбах, с его вниманием к поэтике грамматики, определял данный тип нарратива через понятие «сочинительной связи», или «паратаксиса»: здесь «все должно происходить так, как происходит, иного ничего не может быть, не требуется никаких объяснений и соединительных звеньев»³¹. В современной традиции теоретической поэтики В. Е. Хализев определяет нарративы с противоречивым и непротиворечивым типом фабульно-сюжетного развития как «концентрические» и «хроникальные» (по

³⁰ *Аристотель*. Поэтика (Об искусстве поэзии) / Пер. В. Г. Апеллерота. М., 1957. С. 67—69.

³¹ *Ауэрбах Э*. Мимесис: изображение действительности в западноевропейской литературе. М., 1976. С. 116.

преобладающему в последних принципе временной смежности событий)³².

Противоречивый и непротиворечивый типы фабульно-сюжетного развития нарратива различаются характером своего завершения, финала. Как мы уже говорили выше, нарратив с противоречивым типом сюжета завершается *развязкой*, в которой интрига *разрешается*. Напротив, нарратив с сюжетно непротиворечивым, фабульнообразным развитием событий заключается неким *исходом* (в данном случае нет прямого соответствия с традиционной сюжетологической терминологией). Исход можно определить как такое событие, или такой комплекс событий, который содержательно исчерпывает непротиворечивое развитие нарратива.

Все эти несложные сюжетологические выкладки вполне приложимы и к газетным нарративам.

Непротиворечивое развитие событий весьма характерно для анекдотических нарративов. Подчеркнем, речь идет именно о нарративах, а не о собственно жанре анекдота, поскольку *анекдотичность* как таковая, как *стратегия нарративного дискурса*, выходит далеко за пределы анекдота как специфического жанра историографии, литературы и современного городского фольклора. «Анекдотическим повествованием творится *окаzionale* картина мира»³³, и «коммуникативная компетенция рассказывающего анекдот — недостоверное знание, что по своему коммуникативному статусу тождественно *мнению*»³⁴. «Жизнь глазами анекдота — это игра случая, стечение обстоятельств, столкновение личных

³² Хализев В. Е. Драма как род литературы. М., 1986. С. 175—176.

³³ Тюпа В. И. Три стратегии нарративного дискурса // Дискурс' 3—4/97. Новосибирск, 1997. С. 107.

³⁴ Там же. С. 106.

самоопределений»³⁵. Нетрудно видеть, что вне литературно-художественного дискурса, вне сферы беллетристики нарративному критерию анекдотичности в наибольшей мере отвечает именно газета с ее стремлением рассказать о происшедшем как о *происшествии*, как о *случае*, вызывающем читательский *интерес* и различные читательские *мнения*.

В структурном отношении анекдотический нарратив закономерно тяготеет к непротиворечивому типу фабульно-сюжетного развития, как бы натянутому на «случай», на самую точку «стечения обстоятельств», и далее развивающемуся уже в русле «игры случая». Нередко при этом исход анекдотического нарратива оказывается поворотным и *таким образом* необычным и *тем самым* неожиданным (и в целом *пуантифованным*) — как для своего персонажа, так и для читателя, — но такова «игра случая». Исход анекдотического нарратива как необычный и неожиданный поворот, как *происшествие*, может завлекать, развлекать, и нередко (но далеко не всегда) смешить³⁶.

Крайней степенью неожиданного в мире анекдотического выступает *парадоксальное*. Выше, во второй главе мы уже писали о стратегии парадоксализации газетного текста и в особенности его заголовка (см. раздел «Что такое здравый смысл?»). Парадоксальный поворот событий, темы разговора, самого смысла происходящего — это тот эстетический полюс, к которому в пределах стремится всякий анекдотический нарратив, в том числе и газетный.

Ненадолго отвлекаясь от основной темы, зададимся вопросом: в чем заключается эстетичность парадокса в системе нарративной поэтики? Фор-

³⁵ Там же. С. 107.

³⁶ Подробнее см.: *Силантьев И. В.* Парадокс в системе средневекового литературного сюжета. С. 64—76.

мулу глубинного эстетического смысла парадокса можно раскрыть следующим образом. Вторгаясь в замкнутый, рационально непротиворечивый мир повседневной жизни, вовлекая этот мир в сферу невозможного, парадокс придает этому миру новое качество, окружает его новыми смыслами. Теперь этот разомкнутый, парадоксально-противоречивый мир ориентирован уже не в сторону очевидной «здрaво-смысленной» пользы, а в сторону самодовлеющей творческой ценности, раскрыт навстречу началу ищущему и творящему — творящему жизнь и судьбу герою, творящему героя автору, творящему понимание героя и автора читателю. Этот мир, ставший прагматически незавершенным, вместе с тем становится полон возможностями *эстетического завершения* — как для героя, действующего в этом мире, так и творческого сознания, взаимодействующего с этим миром.

Обратимся к текстам «Комсомолки».

Вот краткий материал, уже рассматривавшийся нами в третьей главе: «Американка родила шестерых». Собственно, уже в названии заметки заключена коммуникативная установка на анекдотичность: перед нами *случай из ряда вон выходящий*, чрезвычайно редкий и тем самым необычный, что помещает его в поле повышенного читательского внимания, в поле *сенсации*, пусть и мелкого, обывательского масштаба. Текст самой заметки, кстати говоря, в полной мере поддерживает анекдотичность только в первом абзаце, хотя и делает это классически: «26-летняя учительница из Мичигана Эми Ван Хутен произвела на свет *сразу* шестерых младенцев. Первый мальчик родился *еще* 7 января. Остальные две девочки и три мальчика появились на свет в пятницу и субботу» (курсив наш. — И. С.). Здесь бы, после этих *сразу* и *еще*, и остановиться! Анекдот не тер-

пит распространений и пояснений (ведь, напомним, анекдот транслирует *мнение*, но не *знание*) — однако автор пускается именно в эти дела, и тем самым лишает текст классической анекдотической завершенности и лаконичности и выводит его из жанрового поля анекдота как такового. Оказывается, что «Эми обязана удивительной плодовитостью не столько природе, сколько таблеткам...», и «врачи квалифицируют их (новорожденных — *И. С.*) состояние как критическое, хотя считают, что у близнецов есть шанс выжить». Более того, заметка оказывается сопоставленной другому тексту на газетной полосе — а анекдот как текст всегда самодостаточен, замкнут сам на себя и не нуждается в сопоставлениях. Однако — подчеркнем — никто и не требует от автора заметки соблюдения строгих и однозначных жанровых норм! Напротив, газета как сложное коммуникативное целое предполагает постоянное смешение и совмещение дискурсов, как мы устанавливали выше, что неизбежно приводит к преодолению и расширению жанровых форм.

Вполне анекдотичный характер носит и сопровождающая материалы о американских лунных экспедициях заметка под характерной рубрикой «Кстати» (страница 5): «Недавно Луна напомнила об экспедициях к ней *самым неожиданным образом*. Спустя более чем 30 лет гравитация притянула к Земле ступень ракеты “Аполлон-12”, сброшенную у Луны еще в 1969 году. Ныне она летает вокруг нашей планеты. *Поначалу старую ступень-путешественницу принимали за НЛО*» (курсив наш. — *И. С.*). Здесь текст сам проговаривается о своей анекдотичности — мы выделили эти проговорки курсивом. Обратим внимание на то, что данный анекдотический текст также встроен в сложную систему соседних текстов и, в от-

личие от настоящего жанрового анекдота, несамостоятелен.

В этом просматривается определенная закономерность самого газетного дискурса. Анекдотичность газеты не является самодостаточной, она связана с другой, несравненно более мощной и определяющей коммуникативной стратегией газетного дискурса — говорить ради говорения, писать ради письма, сообщать ради сообщения, существовать ради коммуникативного существования. Самодостаточным в газете является газетный дискурс как таковой, живущий сам по себе и во многом ради самого себя, вовлекающий в свое целое и формирующий в себе так называемых «авторов» материалов, моделирующий своих читателей, выступающий дурную бесконечность сенсационной событийности. Однако верно и другое: вне стихии анекдотичности и сопутствующей ей коммуникативной стратегии трансляции частных мнений самодостаточность газетного дискурса была бы основательно подорвана.

Подборка материалов на странице 16 под общей рубрикой «Их нравы» и интригующим заголовком «Не закусывайте виски трусами. Это смертельно!» дает образчик полноценной газетной анекдотичности — и ее как коммуникативную стратегию чтения задает вводный текст: «В Америке раздали ежегодные премии имени Чарльза Дарвина. По традиции эти награды присуждаются *исключительно по-смертно*. Их лауреатами становятся те, кто свел счеты с жизнью наиболее идиотским образом. И тем самым оказал большую услугу человечеству, не воспроизведя себе подобных и улучшив генофонд благодаря изъятию из него своих дурацких генов» (курсив наш. — И. С.). В приведенном тексте мы выделили жирным шрифтом его наиболее «анекдотогенные» фрагменты, формирующие то коммуникативное условие интерпретации,

ту интенцию, отвечая на которую, читатель должен усваивать материалы статьи — хотя бы даже речь в них шла о весьма грустных событиях реальных самоубийств.

В своем зачине статья также содержит явное выражение интенции анекдотичности: «Специальное жюри, весь год отбирающее и проверяющее *истории о наиболее нелепых и бессмысленных кончинах...*» (курсив наш. — И. С.). Сами тексты, отвечая эксплицитированной интенции, изобилуют курьезными фактами: вот один бедолага (которому вся статья обязана своим названием) проглотил «трусики приглянувшейся ему стриптизерши», другой погиб от столкновения с поездом, потому что звонил по мобильному телефону, стоя на железнодорожных путях, третий, поддавшись разыгравшемуся аппетиту, не желал убраться из горящего ресторана и задохнулся в дыму, четвертому разнесло голову от взорвавшейся в его зубах петарды, пятого, выстрелившего в гигантский кактус сагуаро, обломок этого ключевого растения пригвоздил к земле, шестого придавил автомат, продающий бутылки с кока-колой, и т. д. Подзаголовки материалов также составлены в исключительно анекдотической манере и подчеркивают исключительность, уникальную единичность и частный характер произошедших событий: «Не болтай на путях», «Как сгорают от обжорства», «Месть кактуса» и пр.

Интенцией анекдотизма проникнута и заметка (на странице 18) о дурачествах местного новосибирского мастера перформанса Вячеслава Мизина, который инициировал пикет «10 Желтых Дедов Морозов» на главной площади Новосибирска, в результате которого все участники акции были задержаны милицией. Анекдотизм, как нарративная стратегия изображения случая, естественным образом сочета-

ется и с хроникой дорожных и криминальных происшествий (см. страницу 20 газеты) — это очевидное и понятное сочетание дискурсов не требует каких-либо специальных комментариев.

Подборка материалов на странице 17 посвящена обзорам новейших кинокартин («10 фильмов, который потрясут мир в 2004 году») и показывает нам, что анекдотичность может вплестаться и в структуры текстов в рамках дискурса прямого информирования. Здесь анекдотизм сочетается с интенцией информационного аннотирования: перед нами краткие заметки, знакомящие читателя с фильмами и в целом направляющие на них читательское внимание, но главное — это внимание *привлекается* различными курьезными подробностями из истории создания фильмов, из разговоров знаменитостей вокруг фильмов и пр. Так, по поводу фильма «Гарри Поттер и узник Азкабана» мы узнаем, что «по велению писательницы Ролинг в фильмах про Поттера должны играть исключительно английские актеры». Не правда ли, любопытно! В заметке о фильме «Страсти Христа» анекдотическим пуантом выступает известие о высказывании понтифика: «Папа Римский, посмотрев картину, провозгласил: “Все так и было!”» Классический образчик того, как анекдот транслирует *частное мнение* — но при этом такое авторитетное!

Все эти наблюдения в очередной раз указывают на полидискурсивную природу самого газетного текста — развертыванию этого тезиса, собственно, и посвящена первая часть этой книги.

Примерно по такой же схеме сочетания информирующей и анекдотической интенций строятся материалы на странице 23, посвященные телевизионным новинкам недели. Анекдот питается молвой и слухами, и вот оно — под рубрикой «Проверка слу-

ха» пережевываются они самые, слухи: «По поводу белокурой ведущей “Города женщин” Даны Борисовой *появился неприятный слух — будто Дана в ближайшее время покинет программу. Причем не по своей инициативе. Поговаривают, что на ее место уже найдена другая девушка — Татьяна Плотникова, с которой НТВ не продлил контракт*» (курсив наш. — И. С.). И далее: «Нет, я ничего о своем увольнении не слышала, — сообщила потухшим голосом Дана» и т. д. Здесь применен характерный прием газетного анекдотизма — неверный слух опровергает сама героиня молвы, и в результате пойманными оказываются два зайца сразу: и слух как таковой муссируется еще раз, и сама персона оказывается в центре читательского внимания. Получается, что вроде бы и ни о чем заметка, но телезвезда снова на виду. Только вот почему голос «потухший»? Значит, интрига продолжается?

Анекдотизмом исполнена и соседняя заметка, озаглавленная так: «Почему сеньор Женаро скончался на “Земле любви”»? Оказывается, что популярный герой мыльной оперы по сценарию незапланированно скончался, потому что «актер Раул Кортез, на протяжении 200 серий мужественно исполнявший роль сеньора Женаро, в конце концов ушел из сериала». Здесь автор играет на сопоставлении двух несопоставимых миров: мира вымысла и мира реальности, производящей этот вымысел. К рассуждениям о нескладной судьбе телегероя автор заметки с убийственной иронией добавляет: «Кортез — не единственная потеря “Земли любви, земли надежды”. По тем же причинам сериал покинули Антониу Фагундеш (Джулиану), Эва Вилма (Роза), Зе Витор Каштиел (Гаэтану), Жозе Майер (Мартину). Все их герои покинули этот мир по различным уважительным причинам: кого убили, а кто скончался от вне-

запной неизлечимой болезни». Дальше — больше. В подзаголовке к самой заметке второй член этой оппозиции сознательно опускается, что окончательно наполняет смысловую ситуацию абсурдом: «Герои популярного бразильского сериала умирают один за другим, потому что больше не хотят сниматься в этом “мысле”». Подчеркнем дважды и трижды особенный характер анекдотизма этого текста: здесь читателю явлены не просто необычное событие или положение вещей, а *парадокс* как таковой. Парадоксальное, как мы уже говорили выше, — это своего рода эстетическая вершина анекдотического дискурса. Только сказанное не следует понимать так, что автор текста, парадоксализируя его, тем самым эстетически «поднимает» его содержимое. Напротив, тема заметки эстетически снижена — интерес телезрителей к мыльной опере здесь осмеивается вместе с судьбами незадачливых героев самого сериала: «зрители ... настроены решительно и, несмотря ни на что, намерены увидеть, чем все закончится». Эстетика парадоксального анекдота в другом — в принципиальном расширении самого *угла зрения* на событие и ситуацию. В данном случае посредством парадокса автор текста разрывает узкую мелодраматическую эстетику сериала и приходит — а главное, *приводит читателя* к эстетике иронического отношения к сериалу, приглашает его подняться на метаэстетический уровень видения и телегероев сериала, и самого себя как телезрителя.

На последней странице газеты нас ожидают настоящие анекдоты (из репертуара современного городского фольклора) — но они-то менее всего интересны с точки зрения своего дискурсного функционирования в системе газетных текстов (хотя и наиболее интересны с точки зрения собственно анекдотической поэтики). Разумеется, в составе спектра

дискурсов, поглощенных газетой, они находят свое место, свою роль — но эта роль исключительно однозначная, они *развлекают*, и только. Впрочем, такова и вся последняя страничка этой газеты, согласно самой рубрике: «На диване с “Комсомолкой”».

Глава четвертая
Агональность газетного дискурса

Включите телевизор и дождитесь рекламы. Смотрите: вот жизнерадостное семейство, собравшись за обеденным столом, восторженно глядит на вас из ящика, а *бульонный кубик*, который миловидная хозяйка кладет в приготовленное блюдо, не просто хорош собой, но заключает в себе некую лучистую тайну жизни. А вот томная брюнетка с роскошными волосами изящно выходит из дорогого автомобиля и входит в офис — и все мужчины намагничены ее стильным обликом, ее походкой, и снова — крупным планом — ее пышной прической, зафиксированной *лаком для волос*. Если этот удивительный мир вполне доступного по ценам товарного счастья вам немного надоел — переключите канал и полюбуйтесь на политика, который с широко раскрытыми честными глазами и правильной жестикой говорит вам, что он знает, как все в жизни исправить, улучшить, догнать и перегнать.

И в том, и в другом, и в третьем случае вам говорят одно, а хотят другого: чтобы вы купили какую-нибудь вещь, может быть, и вовсе вам не нужную, или чтобы вы отдали свой избирательский голос за этого господина с правильным взглядом, когда ему нужно будет куда-нибудь избираться или переизбираться, и т. д.

Коммуникативное воздействие на адресата сообщения с целью навязать ему определенную стратегию выбора и поведения относится к типу *агональной коммуникации*³⁷; самый термин восходит к гре-

³⁷ *Шатин Ю. В.* Технология агональной коммуникации. Новосибирск, 2004.

ческому «агон» и выражает состязательный характер речевых взаимодействий такого рода³⁸.

Несколько забегаая вперед, приведем забавную, но по сути точную характеристику агональной коммуникации из пелевинского «Generation “П”» (это Татарский так отзывается об агональном искусстве Ханина): «... никогда так словами манипулировать не научусь. Смысла никакого, но пробирает так, что сразу все понимаешь. То есть понимаешь не то, что человек сказать хочет, потому что он ничего сказать на самом деле и не хочет, а про жизнь все понимаешь» (154).

Газета как игра в газету

Газета, и в особенности массовая, дает очень много возможностей для развертывания агональных коммуникативных стратегий.

В «Комсомольской правде» агонально уже ее название. Если его рассматривать в плане исторической риторики, то следует зафиксировать весьма простую и доходчивую смысловую конструкцию, первоначально заложенную в это название советской эпохой: были коммунисты как движущая сила и т. п., и были комсомольцы как их молодые помощники и последователи. Соответственно, была газета коммунистов «Правда», и была газета комсомольцев «Комсомольская правда», так сказать, «младшая» «Правда».

Что же теперь? Газета «Правда» снова, как и на заре своего существования, ушла в маргинальное дискурсное поле оппозиционной прессы, «Комсомольская правда», словно непутевая дочка, вышла на публику, к широким массам — только уже не «трудящихся», а постсоветских обывателей (в самом нормальном смысле этого слова).

³⁸ Там же. С. 8.

Можно ли при этом считать, что от названия газеты, осмысленного в рамках советского дискурса, ныне остается одна лишь словесная оболочка, подобно тому как сохраняется старинное название улицы в городе, повторяемое горожанами только в силу топонимических традиций, по привычке?

Позволим себе предположить, что ситуация несколько сложнее. В стремлении сохранить старое и внешне обесмыслившееся название, на наш взгляд, заложена глубинная интенция своего рода *дискурсивной игры* — игры в информативность, в коммуникативную подлинность и необходимость. Сама современная «Комсомольская правда» — это не более чем игра в газету, если под последней понимать *средство массовой информации*, как принято говорить. Но о чем информирует «Комсомольская правда»? Как всякий нормально сделанный таблоид, эта газета не информирует, и даже не дезинформирует, а открывает перед читателем какой-то свой, особенный мир героев, вещей и событий, не имеющий прямого отношения к тому миру, в котором живет и которому свидетельствует своим существованием читающий эту газету обыватель. На языке семиотики такую газету можно охарактеризовать как коммуникативно динамический мир знаков, которые только притворяются, что отсылают к известным денотатам, но на самом деле осуществляют своего рода референциальную подмену и отсылают читателя к специально сконструированным в этой газете сигнификатам и коннотатам. Такие знаки в своей структуре, а главное, функционировании подобны тому, что Бодрийяр называет симулякрами³⁹. Мы же, применительно к нашей теме, особо подчеркнем, что в самом механизме этой семиотической подмены заключена *агональ*-

³⁹ Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть. М., 2000. С. 111 и сл.

ность как таковая — и этот механизм в газете «Комсомольская правда» запускается самим ее названием.

Безграничное товарное счастье

Наряду с дискурсами публичной политики, реклама является ключевым дискурсом в системе современных агональных коммуникаций. «Комсомольская правда» — не рекламное издание, однако обнаруживает достаточно явную приверженность к рекламному дискурсу, публикуя так называемые имиджевые материалы. Такие материалы нацелены на то, чтобы эмоционально расположить читателя к тому или иному товару или компании, либо к той или иной акции, имеющей явные или скрытые рекламные цели.

Такова, в частности, заметка, помещенная на странице 5 под многообещающей рубрикой «Событие» и озаглавленная «Акция “Включись” не заканчивается!». Как часто бывает свойственно имиджевым материалам, текст выстроен в весьма примитивной агональной манере привлечения внимания к товару через рассказы о безграничном счастье потребителей, вовлеченных в зону внимания компании, производящей данный товар. Заметка буквально лопается от восторгов, сообщая о том, что «Только что завершилась игра-акция “Включись!”, которую проводила крупнейшая пивоваренная компания России “Балтика”. Однако популярность игры оказалась настолько высока, что руководство компании пошло навстречу желанию потребителей и приняло решение — продлить акцию до середины февраля!» Вся эта радостнейшая фраза шита белыми нитками, и швы проходят как раз по границам, отделяющим в тексте слова о *заказчике* имиджа от всех остальных слов. Заказчик — это серьезно, *его* слова и слова *о нем* в тексте нельзя сокращать или перифразировать, и отсюда эти громоздкие, как стро-

ительные леса, конструкции: «крупнейшая пивоваренная компания России “Балтика”, «руководство компании пошло навстречу желанию потребителей и приняло решение». Сквозь газетный текст здесь отчетливо проглядывает сосредоточенное рыло современной российской бизнес-бюрократии со всеми ее «пресс-релизами», «бизнес-планами», «меморандумами», «резюме по факсу» и прочими нахватаемыми из западного бизнес-дискурса жанрами, плохо переваренными и даже порой плохо переведенными с английского.

Народное ликование не знает границ: «большинство любителей пива “Балтика” наверняка участвовали в этой игре»; «активность покупателей превзошла все ожидания организаторов, банки с красным ключом были нарасхват»; к материалу приложено фото со «счастливым победителем», получившим главный приз — автомобиль.

При этом прямая зависимость от заказчика и примитивной имиджевой рекламной стратегии приводит не только к скованности дискурса, но и к явному семиотическому сбою кода: «Тем же, кому не хватило призов, руководством компании было *решено* обменивать красные ключи на продукцию “Балтики”» (курсив наш. — И. С.). Обратим внимание — не *разрешено* (что было бы правильно), а *решено*, что совершенно несуразно с точки зрения лексико-грамматической нормы. Однако в этом *решено* заключен элемент сильнейшей несвободы дискурса — несвободы от рекламной задачи.

Доверительное второе лицо

На странице 11 мы встречаем аналогичный рекламно-имиджевый материал под заголовком «С чипсами “Лейз” можно разбогатеть».

При всей очевидности и открытости рекламных стратегий, в этом тексте представлены несколько более сложные агональные приемы.

Во-первых, этот рекламный текст в своем зачине парадоксально стремится позиционировать себя как принадлежащий к дискурсу, отличному от рекламы (что уже агонально): «Вася, я тоже хочу “Лейз”» — после этой запомнившейся из телерекламы фразы в любом магазине чувствуешь себя охотником за чипсами “Лейз” и “Лейз Макс”. Вроде бы и не реклама вовсе, а так, просто вольные рассуждение на тему рекламы — чему способствует и резонерская пропозиция данному зачину: «Инстинкт — великая вещь». Во-вторых, в этом фрагменте применен и другой прием агональной риторики, который мы назвали бы приемом «доверительного второго лица»: «в любом магазине *чувствуешь себя* охотником за чипсами» (курсив наш. — *И. С.*). Вопрос к читателям, и особенно мужчинам с их «охотничьим инстинктом» (который, напомним, «великая вещь»): вообще, кто-нибудь почувствовал себя в супермаркете «охотником за чипсами», пару раз нечаянно увидев по телевизору этот дурацкий рекламный ролик? Разумеется, нет — но рекламный дискурс агонально присваивает нам (= *тебе*, читателю) через *доверительное второе лицо* глагола эту нелепую роль. Далее текст продолжает эксплуатировать этот прием: «Мимо прилавка с чипсами теперь равнодушно *не пройдешь*. Чипсы “Лейз” такие вкусные, что *хочется (тебе хочется)*. — *И. С.*) хрустеть ими до бесконечности, тем более что приготовлены они из *отборной картошки*» (курсив наш. — *И. С.*). Обратим, кстати, внимание на последний оборот (про «отборную картошку») — в спонтанный, казалось бы, текст протаскивается совершенно жесткая текстовая конструкция из телерекламы.

Нарушения доксы

«Агональная риторика превращает доксы в парадоксы — высказывания, противоречащие очевидностям, но имеющие свою область смыслов»⁴⁰. При этом читательское внимание неизбежно заостряется и останавливается на парадоксальном смысле, и в конечном итоге оказывается в зоне рекламной суггестии. Агональный прием парадоксализации доксы характерен и для нашего текста: «Так и остались бы чипсы “Лейз” и “Лейз Макс” пусть даже самыми вкусными, но все же обычными чипсами, *если бы своим существованием в последнее время не нарушали всех законов логики*. Судите сами. От чипсов получаешь удовольствие (кстати, снова *доверительное второе лицо*. — И. С.). За удовольствие нынче нужно платить. Но компания “Фрито Лей” *одновременно доставляет удовольствие и заботится о благосостоянии чипсоедов*» и т. д. (курсив наш. — И. С.). До парадокса, конечно, еще далековато, но докса («за удовольствие нынче нужно платить»), тем не менее, сознательно нарушена. Объяснение нарушения этой доксы, в свою очередь, является нарушением другой доксы — об универсальности денег, принятых в обороте: «...кроме хрустящих чипсов внутри упаковки покупателей поджидали своеобразные “деньги” — купюры “Лейзы” достоинством 10, 50 и 100 единиц». Оказывается, эти бумажки по волшебной воле компании — вопреки очередной доксе о бесполезности ненастоящих денег — оборачиваются в настоящие: «Каждому любителю чипсов достаточно было собрать “Лейзы” из опустошенных пачек на сумму 500 единиц, послать их по почте и обменять условные купюры на самые настоящие 500 рублей, получив их почтовым переводом на свое имя».

⁴⁰ Шатин Ю. В. Технология агональной коммуникации. С. 30.

В своем финале текст также балансирует на грани опровержения доксы, пусть и шутливой форме: «Вспомните того же Васю из рекламы (как будто этот текст — не реклама! — *И. С.*). Ведь этот отчаянный чипсоед в конце концов принялся искать “Лейзы” в пачках чипсов, не отходя от прилавка: с помощью невиданного, чуть ли не рентгеновского прибора, закрепленного на голове. Редакции “Комсомольской правды” стало известно, что “чудо-очки” самородок Вася сконструировал сам. И собрал в домашних условиях! Так что каждый может попробовать повторить его подвиг».

Кстати, самое слово «чипсоед» как сознательный уход от языковой нормы также является нарушением своеобразной доксы, поскольку нормы языка входят если не в осознанную структуру общепринятых мнений, то в их основания (поэтому докса, к отличие от парадокса, нуждается в *нормальном языке*).

Скрытые перформативы

Обратимся еще раз к наблюдениям Ю. В. Шатина: «Агональный коммуникант работает в технике скрытого перформатива ... он поддерживает агональную коммуникацию, используя информатив и декларатив в функции перформатива»⁴¹. Под информативом в данном случае понимается «сообщение о событии, которое случилось», а под декларативом — «сообщение о намерении совершить нечто в будущем»⁴².

Разберем с этой точки зрения один довольно странный текст — статью «политолога Станислава Белковского» на страницах 12—13 под заголовком «России пора распрощаться с внешним управляю-

⁴¹ Там же. С. 25.

⁴² Там же.

щим», с подзаголовком «К повестке дня второго срока Президента России».

Подчеркнем: в цели нашего разбора совсем не входит политологический анализ точки зрения автора — наша задача другая, она полностью укладывается в рамки дискурсного анализа текста и заключается в том, чтобы дать характеристику агональным риторическим приемам, которым осознанно или на уровне творческой интуиции следует автор.

Статья начинается достаточно провокационной в интенциональном плане фразой: «Владимир Путин — дай ему Бог здоровья, конечно, — *уже выиграл* очередные президентские выборы (напомним: статья опубликована в номере газеты за 20 января 2004 г., т. е. до президентских выборов. — *И. С.*). Но чем обернется для страны эта *заблаговременная* победа, пока не ясно» (курсив наш. — *И. С.*). В этой фразе происходит первая агональная замена — *декларатив* излагается в форме *информатива*: выборов еще не было, но Путин «уже выиграл» эти выборы, и эта победа, оказывается, «заблаговременная». Коммуникативные интенции этого завуалированного декларатива весьма разнообразны: здесь и декларация уверенности автора в совершенно определенном исходе назревающих политических выборов, и стремление автора убедить читателя в своей точке зрения, и желание заявить о себе как всезнающем политическом эксперте. Сказанному не противоречит вторая часть фразы, игриво обозначающая границы всезнания автора — ему «пока не ясно», что будет дальше — однако весь последующий текст статьи опровергает эту кокетливую реплику.

Главные тезисы статьи говорят об обратном, и, что самое важное, они формулируются автором через *скрытые перформативы*. В форме *информативов* сообщается как о существующем положении вещей

то, что не существует — ведь это не более чем желчные мнения автора, и эти мнения тем самым агонально навязываются читательскому взгляду: «России как полноценного субъекта политики, носителя суверенной воли уже — и пока что — не существует»; «осколок постсоветского народа, населяющий территорию РФ, — это уже не нация и еще не нация»; «стабильность России абсолютно иллюзорна»; «за минувшие 12 лет разрушены религиозные основания бытия русского народа и соответственно национального единства» (хоть мы и обещали не вступать в полемику, все-таки хочется удивленно воскликнуть: неужто в советское время были эти «религиозные основания бытия» и т. д.).

Какова же интенциональность столь жесткого агонального воздействия на читателя? Автор желает погрузить читателей «Комсомолки» в тьму безверия и депрессию, которая (цитируем статью) «может привести к запою или самоубийству»? Или это приступ характерного для российской политологической публицистики идеологического мазохизма? Оказывается — ни то, ни другое. Вся эта «арт-подготовка» необходима автору как негативное основание для выдвижения собственной программы зеркально противоположных негативным тезисам политических целей, которыми автор по доброте души снабжает президента: «Россия должна обрести свою национально-государственную субъектность... должны быть заложены основы российской нации... смена элит — ключевая задача верховной власти... разбудить дремлющие силы русского народа, преодолеть его разрозненность и сплотить во имя реализации национального проекта — центральный вопрос повестки дня второго срока нынешнего президента страны». Без ответа остается только один вопрос: зачем по таким, в сущности, пустя-

кам мучить читателя всеми этими агональными за-
кливаниями?

На этой вопросительной интонации мы позво-
лим себе закончить дискурсный анализ газеты и пе-
рейти к роману, при этом окончательные заключе-
ния и выводы «газетной» части отнесем в общее за-
ключение книги.

ЧАСТЬ ВТОРАЯ

РОМАН

— Возьми, к примеру, роман Пелевина «Generation “П”», убери имя автора на обложке и все привычные книжные аксессуары, тогда что получится?

— Получится «Комсомольская правда».

Из одного разговора

Предисловие ко второй части

Объектом исследования во второй части книги выступит роман, странным образом преодолевший свою (по крайней мере, предполагаемую) элитарность и уже во многих отношениях ставший явлением массовой культуры. Мы говорим о «Generation “П”» Виктора Пелевина.

В нашем тексте не нужно искать и намека на развернутый историко-литературный подход: мы сознательно ограничиваем рамки нашего анализа *одним* литературным текстом (как в первой части книги — *одним* номером газеты). Это, скорее, исследование *одного случая* (но случая *характерного*), или *case study*, если выражаться на языке современных социальных наук.

Цель изучения поэтики произведения также не является для нас главной. Наши задачи заключаются не в том, чтобы исследовать непосредственно сюжет, или систему персонажей и героев, или сам художественный мир пелевинского романа. Проблематика нашей работы лежит принципиально в другом русле — не поэтики, а *риторики* текста в рамках современной дискурсной культуры.

О стилистической пестроте романа «Generation “П”» (и в целом творчества В. Пелевина) справедливо писали многие литературоведы и критики¹.

¹ См., например: Шаманский Д. В. Пустота (Снова о Викторе Пелевине) // Мир русского слова. 2001. № 3; Кедров К. Влюбленные числа // Русский курьер. 2003. № 92; Свердлов М. Технология писательской власти // Вопросы литературы. 2003. № 4.

Однако реальная картина, как нам представляется, намного глубже: в текстах произведений писателя смешиваются не только и не столько стили, сколько дискурсы как таковые (неотъемлемыми характеристиками которых, конечно же, являются и стили).

Таким образом, вторая часть книги (так же, как и первая) включает в себе исследование на материале конкретного текста самого феномена столкновения и смешения дискурсов как принципа текстообразования в современную эпоху. Вместе с тем это и исследование тех дискурсов, которые в своем смешении и смысловом взаимодействии в рамках данного смешения создают целостную ткань уже не газетного, а романного, т. е. художественного текста.

Имеет ли все это отношение к постмодернизму? И да, и нет.

Нет — потому что, как нам представляется, феномен смешения и взаимодействия дискурсов (а вслед за этим — и «войны языков», по Р. Барту) характерен для многих культурных эпох, и особенно для тех, которые сами отмечены явлениями социальных переходов и культурных смещений, знаками которых и выступают смешения дискурсов. И уж, во всяком случае, самые разнообразные столкновения и смешения дискурсов в российской культуре рубежа XX—XXI веков — на улице, в пространствах медиа, в политике и публицистике и, в конечном счете, в литературе — вызваны не какими-либо эстетическими факторами, а мощным и одновременно слепым напором самой меняющейся жизни.

Да — потому что, вне всякого сомнения, постмодернизм использует смешение дискурсов в своих риторических целях построения игровых и иронических текстов. На характерный интерес постмодернизма к дискурсным переходам и смешениям указывают и исследователи этого художествен-

ного направления, в частности, М. Липовецкий, С. Рейнгольд, И. В. Саморукова². Последний автор при этом не только констатирует развитие дискурсных смещений в современной литературе, но и предлагает, опираясь на концепцию Ж.-Ф. Лиотара, свое, на наш взгляд, глубокое и верное объяснение этого процесса: «Тенденция последних десятилетий — сокращение, сужение, фрагментация пространства метарассказов, утрата ими статуса тотального мифа... Это создает возможность “жанрового восприятия” (а значит, игрового — *И. С.*) прежде прозрачных речевых практик, их сближения с литературой, с пространством вымысла, возможностью рефлексии “поэтических приемов” идеологии»³. И далее: «Если нет главных жанров, ведущих дискурсов, метарассказов — то возникает ситуация жанрового хаоса, смещения жанров речи»⁴. Ниже, в главе, посвященной нарративу пелевинского романа, мы обнаружим сходные явления вовлечения нехудожественных дискурсов в стратегии рассказывания и, как неизбежный ответ семиотической системы текста, размывание в нарративной структуре романа общей позиции «метарассказа».

Вместе с тем, как нам представляется, картина дискурсных взаимодействий в тексте пелевинско-

² *Липовецкий М.* Русский постмодернизм: Очерки исторической поэтики. Екатеринбург, 1997. С. 252—272, 289—291; *Рейнгольд С.* Русская литература и постмодернизм // *Знамя*. 1998. № 9. С. 209—220; *Саморукова И. В.* Дискурс — художественное высказывание — литературное произведение. Типология и структура эстетической деятельности. Самара, 2002.

³ *Саморукова И. В.* Дискурс — художественное высказывание — литературное произведение. Типология и структура эстетической деятельности. С. 144.

⁴ Там же. С. 145.

го романа является более сложной — и вызвано это тем, что нехудожественные по своей природе дискурсы не просто выступают объектом и средством постмодернистской авторской игры, но и сами — *непосредственно*, как бы *без спроса* — вторгаются в текст романа, отчасти *сквозь* авторское сознание и отчасти *посредством* его, а вслед за этим формируют и речевую позицию как собственно нарратора, так и героев произведения. Говоря словами романа, *the medium is the message!* Эта имплицитная риторическая стратегия произведения и будет находиться в центре нашего внимания.

Глава первая **Риторика дискурсных смещений**

В первой части книги мы (совершенно без оглядки на роман Пелевина) употребляли выражение «вавилонское смещение дискурсов». В романе Пелевина *смещение дискурсов* как принцип текстообразования не только последовательно реализуется, но и символически проецируется на самый образ *вавилонского смещения*.

Первоначально это происходит на номинативном уровне фабулы романа — об этом говорит имя главного героя *Вавилен* = *Вавилон*: «... он стал врать друзьям, что отец назвал его так потому, что увлекался восточной мистикой и имел в виду древний город Вавилон, тайную доктрину которого ему, Вавилену, предстоит унаследовать» (12), и ниже: «Данное при рождении и отвергнутое при совершеннолетию имя настигло его в тот момент, когда он совершенно забыл о той роли, которую, как он рассказывал друзьям в детстве, должны сыграть в его судьбе тайные доктрины Вавилона» (43).

Окончательно символизация *вавилонского смещения* осуществляется на предикативном уровне фабулы — а именно, в эпизоде блужданий героя по лесу с мухоморами и по недостроенной бетонной башне военно-противовоздушного назначения, отчетливо сопоставленной с Вавилонской башней, приведшей когда-то — и здесь символический круг замыкается — к *смещению языков* (и *языка* как такового — см. об этом ниже).

Разберемся в картине смещения дискурсов в романе подробнее.

Наиболее значимые для романа дискурсы выражены в явном виде — в форме *текста в тексте*. Подобного рода субтексты, как правило, сопровож-

даются фабульными мотивировками: герои романа пишут рекламные концепции и придумывают слоганы, дух Че Гевары сообщает герою откровения и т. п. Такие дискурсы в системе романа будем называть *текстуально выделенными дискурсами*.

Верховенство рекламного дискурса

Безусловно, определяющим в ряду текстуально выделенных дискурсов романа выступает *рекламный дискурс*.

По ходу действия в романе Татарский сочиняет и записывает различные рекламные тексты, как правило, отчетливо выраженные в определенных жанровых формах — это могут быть *записи* и *пометки* (а это простейшие, но совершенно определенные в своей интенциональности жанры), которые герой делает в записной книжке, собственно рекламные *концепции* (развернутые изложения которых перебивают фабульный ход романа), разработанные *слоганы* и *сценарии* рекламных клипов.

Будучи в достаточной мере мотивированным, рекламный дискурс вместе с тем не *изображается* в романе (как, например, речь героев), а занимает вполне самостоятельную позицию. Это не значит, что роман что-то непосредственно рекламирует, но значит, что рекламный дискурс говорит сам за себя, т. е. не его изображают, а он сам являет себя и поэтому выступает в качестве одного из базовых риторических оснований всего произведения, а рекламные образы и слоганы задают основу символики и самого художественного мира романа (начиная от названия произведения). При этом сам Татарский, при всем сюжетном символизме его имени и при всей смысловой важности самого героя в сюжете, в цепочке своих *речевых актов* выступает скорее как некий персонифицированный повод для самореализации рекламного дискурса, как своего рода

медиум, подобно тому как в священных книгах важен не пророк сам по себе, а его пророчества, явленные миру посредством некоей избранной персоны. Таков и сам Татарский — доморощенный пророк невиданного доньине в российской культуре *дискурса рекламы* — и *истины*, которую несет этот дискурс, — истины *товарного счастья*.

О рекламном дискурсе мы уже много говорили в первой части книги — остановимся теперь на этой теме в связи с текстом романа. Что такое товарное счастье, которое приносит человеку реклама, Татарский объясняет таким образом: «Люди хотят заработать, чтобы получить свободу или хотя бы передышку в своем непрерывном страдании. А мы, копирайтеры, так поворачиваем реальность перед глазами target people, что свободу начинают символизировать то уют, то прокладка с крылышками, то лимонад» (148)⁵. Откровениям Татарского вторит его друг Гиреев: «С точки зрения буддизма смысл рекламы предельно прост. Она стремится убедить, что потребление рекламируемого продукта ведет к высокому и благоприятному перерождению, причем не после смерти, а сразу же после акта потребления. То есть пожевал “Орбит” без сахара — и уже асур. Пожевал “Дирол” — и вообще бог с белыми-белыми зубами. (...) Поэтому человек идет в магазин не за вещами, а за этим счастьем...» (179—180). Сама реклама подводит итог размышлениям героев романа: «Героиня засыпает, и ей снятся волны блестящих светлых волос, которые жадно впитывают льющуюся на них с неба голубую жидкость, полную протеинов, витамина В5 и *бесконечного счастья*» (220; курсив наш. — И. С.).

⁵ См. об этом также: Сафронова Л. В. Мифодизайнерский комментарий к текстам Пелевина // Критика и семиотика — 7' 2004. Новосибирск, 2004. С. 235—236.

Рекламный дискурс вкраплен в текст повсеместно и просвечивает чуть ли не в каждом слове и образе романа (например: «Татарскому вдруг пришла в голову возможная рекламная концепция для мухоморов. Она основывалась на смелой догадке, что высшей формой самореализации мухомора как гриба является атомный взрыв» и т. д. — с. 52).

Вместе с тем, как мы подчеркивали, рекламный дискурс выступает в романе в самостоятельном и отчетливо властном текстовом статусе: повествовательный текст романа то и дело перемежается обособленными вставками, даже набранными в изданиях книги другим шрифтом, — рекламными сценариями и концепциями Татарского и его коллег «копирайтеров» и «криэйторов». Будучи вполне мотивированными в плане романной фабулы, эти вставки вместе с тем являются, по сути дела, самостоятельными текстами, представляющими принципиально иной дискурс — не повествовательный и тем более не художественный — дискурс рекламы. Сосредоточимся в первую очередь на анализе этих текстов.

Первое, что бросается в глаза — рекламный дискурс в этих текстах сам по себе оказывается предельно мозаичным в сочетании (смешении) текстов различной дискурсной природы и при этом, если так можно выразиться, *центробежно эклектичным*. Элементы рекламного текста, отчетливо сохраняющие связи со своими «родным» дискурсами, не стремятся слиться вместе, не стремятся образовать некое единое целое (как того требует классический художественный или классический риторический текст) — напротив, собранные вместе *насильно*, исключительно по воле ищущего иной семиотический код рекламиста, они напряжены и заряжены энергией взаимного отталкивания, что, собственно, и наделяет рекламный текст обратной энергией притяжения обы-

вательского внимания (и для этого, как постулирует доморощенный пророк новой российской рекламы Татарский, «годятся все средства» — с. 69).

Характерный пример находим в одном из первых сценариев Татарского, написанном для «Лефортовского кондитерского комбината»: это и олицетворяющий вечность пирожок «ЛКК», выбитый в скале, опять-таки похожей на Вавилонскую башню (29), и сам слоган: «MEDIIIS TEMPUSTATIBUS PLACIDUS. СПОКОЙНЫЙ СРЕДИ БУРЬ. ЛЕФОРТОВСКИЙ КОНДИТЕРСКИЙ КОМБИНАТ» (Там же).

Аналогичный прием столкновения и семиотически конфликтного смещения дискурсов находим и в других рекламных текстах Татарского: «У наших ушки на макушке! Дисконт на гаражи-ракушки» Или: «Мировой Pantene-pro V! Господи, благослови!» (67; курсив наш. — И. С.). Здесь романнный повествователь сам вводит в текст своего рода подсказку, помогающую интерпретировать дискурсную природу выделенных курсивом частей слоганов: «Остаточный *литературоцентризм* редакторов и издателей — своего рода реликтовый белый шум советской психики — все-таки давал свои скудные маленькие плоды» (Там же; курсив наш. — И. С.).

Второе: принцип смещения дискурсов в рекламном высказывании оказывается сопряженным с характерным смещением в сфере самого предмета высказывания. Данное положение можно отчетливо иллюстрировать рекламной концепцией, сочиненной Татарским для сигарет «Парламент»: «Плакат представляет собой фотографию набережной Москва-реки, сделанную с моста, на котором в октябре 93 года стояли исторические танки. На месте Белого дома мы видим огромную пачку “Парламента” (компьютерный монтаж). Вокруг нее в изобилии растут

пальмы. Слоган — цитата из Грибоедова: И ДЫМ ОТЕЧЕСТВА НАМ СЛАДОК И ПРИЯТЕН. *ПАРЛАМЕНТ*» (64).

Аналогичный прием смешения-совмещения в сфере предмета рекламного высказывания находим в рекламной концепции из «папочки» Пугина: там Гамлет, одетый в трико и куртку Calvin Klein, упражняется в пинках по черепу (надо полагать, Йорика), что сопровождается слоганом «JUST BE. CALVIN KLEIN» (92).

Еще пример: «Вещизм. Как ныне собирается Вещий Олег — то есть за вещами в Царьград. Первый барахольщик (еще и бандит — наехал на хазаров)» (102). Смещение предмета речи (Вещий Олег — барахольщик и бандит) снова сопряжено со смешением дискурсов («Как ныне собирается...» и «наехал на хазаров»).

Искусственность семиотической структуры предмета высказывания в рекламе хорошо иллюстрируют поправки, которые Татарский вносит в рецензируемую им рекламную концепцию одеколона «GUCCI»: «Утвердить, только заменить мух Машей Распутиной, литературного обозревателя — новым русским, а Пушкина, Крылова и Чаадаева — другим новым русским» (222).

Своего апогея стратегия смешения предмета высказывания достигает, пожалуй, в сценарии клипа, созданном Татарским в момент его наивысшего наркотического откровения после беседы с сирруфом: «... длинный белый лимузин на фоне Храма Христа Спасителя. Его задняя дверца открыта, и из нее бьет свет. Из света высовывается сандалия, почти касающаяся асфальта, и рука, лежащая на ручке двери. Лица не видим. Только свет, машина, рука и нога. Слоган: «ХРИСТОС СПАСИТЕЛЬ. СОЛИДНЫЙ ГОСПОДЬ ДЛЯ СОЛИДНЫХ ГОСПОД»

(175). Смещение предмета высказывания вызывает предельно конфликтное (до святотатства) столкновение дискурсов.

Наконец, третье: внешнему (на уровне дискурса) смещению в сфере предмета высказывания отвечает и внутреннее (на уровне фабулы) смещение в объектной сфере художественного мира романа. Герой его то и дело натывается на подобные смещения и сам смешивает объекты: «Следующая находка ждала его ярусом выше — он издали заметил монету, блестящую под луной. Он никогда не видел такой раньше — три песо Кубинской республики с портретом Че Гевары. *Татарского ничуть не удивило, что кубинская монета валяется на военной стройке. ... Он положил монету в пачку “Парламента”...*» (62; курсив наш. — И. С.); ср. итоги квартирного ремонта, совершенного Татарским: «... дорогой итальянский смеситель на фоне отстающего от стен василькового кафеля советской поры напоминал золотой зуб во рту у прокаженного» (67), или описание охранников «Межбанковского комитета»: «... черная униформа охраны била наотмашь: дизайнер ... гениально соединил в ней эстетику зондеркоманды СС, мотивы фильмов-антиутопий о тоталитарном обществе будущего и ностальгические темы гей-моды времен Фреды Меркьюри. Подбитые ватой плечи, глубокий вырез на груди и раблезианский гультфик *смешивались в такой коктейль, что связываться с одетыми в эту форму людьми не хотелось*» (205; курсив наш. — И. С.).

Реклама у Татарского, таким образом, порождает некую — не вымышленную, но *вымышленно составленную* — квазиреальность, которая в своей эклектике оказывается сопряженной с дискурсной эклектикой слогана. Опытный взгляд Татарского как рекламиста-профессионала порой даже улавливает

источники этой эклектичной квазиреальности: «На лице его (изображенного на рекламной фотографии человека. — *И. С.*) была хмуро-резкая гримаса, и чем-то он был похож на раскинувших крылья птиц (не то орлов, не то чаек), залетевших в мгlistое небо из приложения к последнему “Фотошопу” (поглядев на фотку повнимательней, Татарский решил, что оттуда же приплыла и видная на горизонте лодка)» (75). А вот и итог, который подводит сам герой: «... выходило, что он с Эдиком мастерил для других фальшивую панораму жизни» (76).

Эклектичность рекламного дискурса в конечном счете достигает некоего последнего, своего рода шизофренического предела (ср. высказывание одного из персонажей романа о сценарии с каменным пирожком Лефортовского кондитерского комбината: «Но ведь это полная шиза» (29). К тому же пределу, по-видимому, стремится и другой слоган Татарского: «Я в весеннем лесу пил березовый Спрайт» (39). Попутно заметим, что шизофренический предел рекламы, как выясняет для себя Татарский впоследствии, весьма закономерен для этого дискурса с точки зрения его суггестивной стратегии «шизоманипулирования» сознанием реципиента (282).

В итоге стремление к эклектическому совмещению разнородных субтекстов, к смешению стоящих за субтекстами разнородных дискурсов и сопряженных с ними культурных кодов и языков приводит к *самораспаду* самого рекламного дискурса — как это, в частности, происходит у Татарского в его первоначальных попытках придумать слоган к сигаретам «Парламент»: «Пар костей не lament» (40), или в припадке религиозно-наркотического чувства: «Храм Спаса на про-V» (178). Любопытно заметить, что в своих пределах рекламный дискурс фактически совпадает с подлинной шизофренией гал-

люцинаторной речи: ср. высказывания Татарского, наевшегося мухоморов: «Мне бы хопить вотелось поды!», «Мне бы похить дыхелось вохо!», «Вы ска нежите стан пройти до акции. Ну, где торектрички хо?» (54—44). И там, и здесь, повторяем, — наблюдается практически полный распад дискурса, влекущий за собой и частичный распад самого языкового субстрата. При этом следует отметить, что герой (недаром он пророк рекламы!) и сам приходит к осознанию этой глубинной характерности рекламы и ее функционирования в мире массовой культуры — опять-таки через метафору Вавилона: «Да это же вавилонское столпотворение! — подумал он — Наверно, пили эту мухоморную настойку, и слова начинали ломаться у них во рту, как у меня. А потом это стали называть смещением языков. Правильнее было бы говорить “смещение языка”...» (57).

Здесь Татарский, по существу, формулирует основной семиотический закон рекламы: это дискурс, который целенаправленно смешивает и конфликтно сталкивает другие *дискурсы*, сопряженные с ними *темы* и *предметные области* речи, а самое главное, присущие этим дискурсам *культурные коды* и *языки*. А подлинным творцом, вернее, «криэйтором» этого дискурса выступает, в воображении Татарского, «титан рекламной мысли, способный срифмовать штаны хоть с Шекспиром, хоть с русской историей» (93). Но с какой целью?

Для ответа на этот вопрос обратимся еще к нескольким образчикам рекламной продукции, явленным в романе. Один из них — это «сценарий клипа для стирального порошка “Ариэль”» (73), который, как подчеркивает Татарский, «основывается на образах из “Бури” Шекспира» (Там же). Однако этот сценарий не просто основывается на художественных образах — он сталкивает два совершенно раз-

народных плана: искусственно-романтическую образность («Гремит грозная торжественная музыка. В кадре скала над морем. Ночь. Внизу, в мрачном лунном свете, вздымаются грозные волны», и т. д. — с. 73) и реальнейшую в своей обыденности вещьность «двух пачек порошка» (74). То же происходит и в сопровождающем клип дискурсе: с одной стороны, это «поющие женские голоса, полные ужаса и счастья» (там же), с другой стороны, реплика Миранды за кадром: «Об Ариэле я услышала от подруги» (75). Другой пример: слоган Татарского «ДЕНЬГИ ПАХНУТ! “БЕНДЖАМИН”. *НОВЫЙ ОДЕКОЛОН ОТ ХУГО БОСС*» (81). В этом слогане подтекстом выступает знаменитое изречение «Деньги не пахнут»: опираясь и одновременно конфликтно отталкиваясь от него, новый слоган приобретает принципиально новый смысл в контексте отсылки к дорогой марке одеколona. Или вот это: «UMOM ROSSIJU NYE PONYAT, V ROSSIJU MOJNO TOLKO VYERIT. “SMIRNOFF”» (84). Здесь не просто сталкиваются два различных дискурса — литературно-художественный с отчетливыми признаками афористичности (Ф. И. Тютчев) и товарный дискурс (торговой марки), — здесь противопоставлены друг другу графические системы латиницы и кириллицы, поскольку тютчевский афоризм транслитерирован латинскими буквами. В результате товарная марка «Smirnoff» неожиданно возвращает себе утраченные было за долгие годы зарубежного своего бытования коннотации «природной русскости» и «характерной своеобычности». Обратный и несколько комичный, но при этом рекламно убедительный эффект возникает в тютчевской фразе, которая начинает звучать с англо-американским акцентом.

В объяснении приведенных примеров будет уместным привести очень точное высказыва-

ние Ю. М. Лотмана: «Текст — семиотическое пространство, в котором взаимодействуют, интерферируют и иерархически самоорганизуются языки»⁶, с одной только поправкой: в нашем тексте встречаются и взаимодействуют собственно дискурсы. Но одно не противоречит другому, поскольку дискурс как таковой — это не что иное, как речевая традиция устойчивого порождения определенного культурного кода на основе общекультурного языка⁷. Приведем еще одно суждение из цитируемой работы Ю. М. Лотмана: «Введение чужого семиозиса, который находится в состоянии неперевоимости к “материнскому” тексту, приводит этот последний в состояние возбуждения: предмет внимания переносится с сообщения на язык как таковой и обнаруживается явная кодовая неоднородность самого “материнского” текста. В этих условиях составляющие его субтексты могут начать выступать относительно друг друга как чужие и, трансформируясь по чуждым для них законам, образовывать новые сообщения»⁸. В нашем случае семиотически конфликтное столкновение в тексте разнородных и взаимно неперевоимых дискурсов и сопряженных с ними культурных кодов приводит к порождению *третьего* — а именно, нового семиозиса рекламного текста, заряженного энергией *агонального* воздействия на читателя (об агональной коммуникативной стратегии рекламного дискурса см. в главе четвертой первой части книги).

И далее, уже за пределами рекламного текста, происходит самое важное: вторгаясь в дискурсив-

⁶ Лотман Ю. М. Текст в тексте // Лотман Ю. М. Об искусстве. СПб., 1998. С. 427.

⁷ Степанов Ю. С. Альтернативный мир, Дискурс, Факт и принцип Причинности. С. 37—42.

⁸ Лотман Ю. М. Текст в тексте. С. 429.

ное пространство современного общества, реклама самим своим существованием провоцирует процессы столкновения и смешения дискурсов в иных, не связанных непосредственно с рекламой коммуникативных сферах культуры, и тем самым способствует развитию в корпусе культуры сильнейшего вектора агональности как таковой: «Когда происходит смешение языка, возникает вавилонская башня» (58). В сильнейшей степени «вавилонскому» влиянию рекламы подвержены дискурсы средств массовой информации, однако и литература оказывается не чужда принципу смешения дискурсов — этот принцип, подчеркнем, лежит и в основе текстообразования романа «Generation “П”».

Дискурс откровения (сокровенного знания)

Вавилену Татарскому как пророку и, в конечном счете, избраннику богини рекламы время от времени являются откровения, и время от времени он (естественно, по воле высших сил) обнаруживает тексты, содержащие некое сокровенное знание (более того, его как настоящего пророка время от времени посещают видения — например, на стройке: три пальмы с пачки «Парламента» и слоган «IT WILL NEVER BE THE SAME» — с. 90). Взятые вместе, откровения и эзотерические тексты романа образуют особенный дискурс, значимый в произведении сам по себе, как важнейший фактор смыслообразования, и одновременно несколько иронически (на уровне, так скажем, *языковой игры*) отсылающий читателя к мощной культурной традиции дискурса пророчеств и священнописания.

Если рекламный дискурс в романе занимает предельно самостоятельное положение (так что порой бывает трудно определить, что доминирует в тексте романа — дискурс рекламы или собственно романский нарратив), то дискурс откровения (для просто-

ты выражения опустим вторую часть в формуле его названия), напротив, со всей тщательностью *изображен* в романе. Он — внутри романа, тогда как рекламный дискурс — почти что вне его. Это и понятно, поскольку дискурс сокровенного знания вовлечен в самую фабулу романа, сопряжен с Татарским как фабульным персонажем.

В первый раз читатель встречается с текстовым образчиком дискурса откровения, когда Татарский находит в шкафу «папку-скоросшиватель с крупной надписью “Тихамат” на корешке» (41).

Сразу оговоримся: мы не будем касаться символической роли найденного Татарским текста (и последующих) — понятно, что сокровенное знание, заключенное в тексте, во многих отношениях задает дальнейшее развитие событий и самой судьбы героя — начиная от употребления коричневых мухоморов и заканчивая ритуальным браком с богиней Иштар. Наше внимание сосредоточено на другом предмете — а именно, на дискурсной природе этого и последующих текстов, содержащих сокровенное знание, открывающееся герою.

«Раскрыв ее, он прочел на первой странице: *ТИХАМАТ-2. Море земное. Хронологические таблицы и примечания*» (там же). Уже из этого краткого обращения к тексту видно, что дискурс откровения отчетливо тяготеет к формам научного (чаще — паранаучного) дискурса (что является весьма оправданным, поскольку это одновременно дискурс сокровенного знания). Жанровая сторона найденного текста вполне отвечает его дискурсным свойствам: «У него в руках было, судя по всему, приложение к диссертации по истории древнего мира» (там же).

Вместе с тем вирус дискурсного смещения, которым поражен роман в целом, проникает и в этот текст, порождая наукообразные и, вместе с тем, оче-

видно ненастоящие слова-монстры «Ашуретилшамерситубаллисту» и «Небухаданаззер» (42), в которых сомневается и сам повествователь: «Цари ... были смешны: про них даже не было толком известно, люди они или ошибки переписчика глиняных табличек» (42—43). Во всяком случае, героя нашего романа эти псевдоимена отсылают если не к чему-то баллистическому, то к одной из ключевых национальных заповедей — «Не бухай»: «слово “Небухаданаззер” показалось ему отличным определением человека, который страдает без опохмелки» (43).

Другой характерной чертой изображенно-изобретенного дискурса откровения в романе выступит его отчетливый мифологизм — настолько очевидный, что нет особого смысла раскрывать его по существу, тем более, что этому посвящены специальные наблюдения и работы⁹. С точки зрения дискурсного анализа обращает на себя внимание, пожалуй, только одно — уже отмеченное нами в характеристиках рекламы смешение не только и не просто собственно дискурсных начал, но и самого предмета речи. Так, в один ряд с богиней Иштар многозначительно становится мухомор как «небесный гриб», «шляпа которого является природной картой звездного неба» (44), при этом (в полном соответствии с последующей фабульной линией Татарского как пророка и избранника) «коричневый мухомор ... связывает с будущим, и через него возможно овладеть всей его неисчерпаемой энергией» (там же). Кто знает, если бы не нажевался Татарский в лесу мухоморов (заметим, коричневых), так, может

⁹ *Генис А.* Феномен Пелевина // *Общая газета.* 1999. № 19; *Дмитриев А. В.* Современная мифология как элемент структуры романа В. Пелевина «Generation 'П'» // *Гуманитарные исследования: Журнал фундаментальных и прикладных исследований.* № 4. Астрахань, 2002. С. 55—60.

быть, и не свершилось бы его финальное восхождение к богине Иштар.

Итак, рассмотренный выше текст тяготеет к жанру скучноватой *диссертации*, точнее, ее *приложении*, в рамках которого в порядке *примечаний* излагаются сокровенные знания, сопряженные с судьбой Татарского. Откровение здесь являет себя несобственным образом, посредством транслирующего научного дискурса. Следующее текстовое воплощение дискурса откровения представлено уже в совершенно адекватном этому дискурсу жанре *трактата*, мистическим образом явленного нашему герою посредством вызванного им духа Че Гевары. Любопытно самоопределение жанровой интенции этого текста: «Первоначально эти мысли предназначались для журнала кубинских вооруженных сил...» и т. д. (111). «Эти мысли» — данная характеристика отсылает к жанровому ряду *размышлений, соображений, изложения доктрины* и т. п. Собственно, весь этот жанровый ряд (включая и его высшую точку — *трактат*) принадлежит дискурсу *философствования*, с той только поправкой, что это философствование в нашем случае оказывается прагматически ориентированным на достижение некоего идеологического (или антиидеологического) результата — отсюда, по-видимому, и сам образ Че Гевары, как символа революционного действия.

Конечно же, само по себе включение в романский текст трактата не является новацией. Более того, с точки зрения исторической поэтики текстуальные проявления дискурса философствования в художественной литературе со времен Просвещения весьма закономерны. Пожалуй, действительно новым здесь является другое — ощутимая *игровая интенция* рассматриваемого текста (что, конечно же, является характерной чертой постмодернистской поэтики).

Это не просто философствование и трактат, а в немалой степени дискурсная игра в философствование и жанровая игра в трактат, к тому же сдобренная языковой игрой в революционное письмо как таковое (ср. обращение к читателям трактата: «Соратники!», или вот это: «... великий борец за освобождение человечества Сиддхарха Гаутама во многих своих работах указывал...» и т. д. — с. 112). Можно выразиться несколько точнее — это игра, результатом которой является имитация натуральных дискурсов, причем такая имитация, имитированность которой подчеркнута очевидна.

Пожалуй, наиболее демонстративно в трактате об оранусе имитируется научный дискурс. Приведем пример: «Лабсанг Сучонг из монастыря Пу Эр полагает, что в случае, если некоторую футбольную программу — например, футбольный матч — будет смотреть более четырех пятых населения Земли, этот виртуальный эффект окажется способен вытеснить из совокупного сознания людей коллективное кармическое видение человеческого плана существования <...> Но его расчеты не проверены...» (115). Что происходит в цитированном тексте? Безусловным в своей дискурсной подлинности формулам научного текста («полагает», «в случае, если», «расчеты не проверены») в субъектную позицию ставится показательно выдуманный «Лабсанг Сучонг из монастыря Пу Эр» (напомним, это названия экзотических сортов чая). Этот кульбит не то чтобы обесмысливает фразу в целом, но как бы заигрывает ее — и именно в дискурсном отношении, поскольку лишает формулы и конструкции научного дискурса их основной опоры — утвердительной интенции изложения некоего *достоверного* или, по крайней мере, *верифицируемого* знания.

Другой пример: «... многие миллионеры ходят в рванье и ездят на дешевых машинах — но, чтобы позволить себе это, надо быть миллионером. Нищий в такой ситуации невыразимо страдал бы от когнитивного диссонанса, поэтому многие бедные люди стремятся дорого и хорошо одеться на последние деньги» (119). Все в этой фразе умно и веско, все на своих местах, кроме одного — зачем этот удивительно мыслящий дух революционера ввернул словечко «когнитивный»? Это семантически лишнее слово — подножка всей фразе в ее правильности и стабильности, оно наполняет фразу избыточной научностью и тем самым лишает ее дискурсного основания подлинной научности.

Вот еще более разительный пример. На фоне дискурсивно выдержанной научности («Выше, а также в предыдущих работах ... мы показали всю ошибочность такого подхода» — с. 126) разворачивается следующая фраза: «Под действием вытесняющего вау-фактора культура и искусство темного века редуцируются к орально-анальной тематике. Основная черта этого искусства может быть коротко определена как *ротожопие*» (127; курсив наш. — И. С.). В принципе, нет вопросов к «вау-фактору» и «орально-анальной тематике» — эти выражения приобретают в тексте трактата характер и статус внутренних терминов (напомним, выше по тексту трактата эти выражения весьма тщательно определены), но вот последнее грубоватое словцо своим появлением разрушает все эти тщательно выстроенные наукообразные конструкции. Грубость как таковая несовместима со стилистикой научного дискурса, и столь откровенное огрубление текста вновь обнажает игровую интенцию смещения дискурсов.

В дискурсную игру вовлекается не только научный, но и мифологический дискурс. Так, «оранус»

предстает в трактате как мифическое супер-существо — «примитивный виртуальный организм паразитического типа», который «не присасывается к какому-то одному организму-донору, а делает другие организмы своими клетками», при этом «каждая его клетка — это человеческое существо» (120). Мифологические оживление и оформление орануса, похоже, становится одной из необходимых стратегий смыслообразования в трактате: «У орануса нет ни ушей, ни носа, ни глаз, ни ума (И на фоне этакой апофатики читатель невольно представляет себе нечто *лишенное* ушей, носа, глаз и ума. — *И. С.*). ⟨...⟩ Сам по себе он ничего не желает, так как просто не способен желать отвлеченного. Это бессмысленный полип, лишенный эмоций или намерений, который глотает и выбрасывает пустоту» (122).

В финале романа дискурс откровения обогащается еще одной значимой компонентой: к мифологическому дискурсу орануса примешивается эсхатологический дискурс, выстраивающийся вокруг образа *пса с известным именем*. Собственно говоря, эсхатологический дискурс является разновидностью мифологического, с той только разницей, что его ключевая коммуникативная стратегия обращает адресата не в прошлое, а в будущее, и направлена не на сохранение и закрепление сложившегося порядка вещей, а на предсказание коренных изменений этого порядка.

В романе эсхатологический дискурс, в свою очередь, также оказывается предметом самодостаточной дискурсной игры и преподносится как бы в двойной обертке: говоря о его источнике, Татарский ссылается на «статью из университетского сборника» про «русский мат» (319), а затем сам пересказывает содержание этой статьи безыскусной бытовой речью, в какой-то мере подстраиваясь под сом-

нительный интеллектуальный уровень Азадовского. Таким образом, рассказ о псе, которого «в древних грамотах ... обозначали большой буквой “П” с двумя запятыми» (там же), представляет собой спонтанную смесь конструкций научного и повседневно-разговорного дискурса: «По преданию, он спит где-то в снегах, и, пока он спит, жизнь идет более-менее нормально. А когда он просыпается, он наступает. И поэтому у нас земля не родит, Ельцин президент и так далее» (там же).

Полидискурсивность речи действующих лиц

Обратим внимание на то, что речь самого Татарского в рассмотренном выше эпизоде являет собой примерно же картину произвольного, на первый взгляд, смещения дискурсов: «Я специально спросил, как эту собаку звали, — думал, может быть, это *транскультурный архетип*» (320; курсив наш. — И. С.).

Здесь мы снова сталкиваемся с явлением полидискурсивности — но уже в системе речи самих действующих лиц романа.

Весьма характерна в этом отношении речь Пугина, в которой сочетаются повседневный дискурс, сдобренный постперестроечным сленгом, и новообразованный (со свежими следами перевода с английского) профессиональный дискурс рекламного бизнеса (его текстовые воплощения в цитируемом фрагменте мы выделили курсивом): «Смотри, — говорил Пугин, прищурено глядя в пространство над головой Татарского, — совок уже почти ничего не производит сам. А людям ведь надо что-то есть и носить? Значит, сюда скоро *пойдут товары* с Запада. А одновременно с этим хлынет волна рекламы. Но эту рекламу нельзя будет просто перевести с английского на русский, потому что здесь другие... как это... *cultural references*... Короче, рекламу надо будет

срочно *адаптировать* для *русского потребителя*. Теперь смотри, что делаем мы с тобой. Мы с тобой берем и загодя — понимаешь? — заготавливаем болванки для всех серьезных *брендов*. А потом, как только наступает время, приходим с папочкой в *представительство* и *делаем бизнес...*» (35).

Отчетливые следы профессионального рекламного дискурса находим и в речи самого Татарского — например, в его реплике, адресованной Ханину при их первой встрече: «... вы меня не так поняли. Поза сейчас у всех одна, просто надо же себя правильно *позиционировать*, верно?» (98; курсив наш. — И. С.). Уловив следы профессионального дискурса в речи Татарского, Ханин переводит употребленный термин в иронический план: «... А насчет *позиционирования*... Будем считать, что ты себя *отпозиционировал*...» (99; курсив наш. — И. С.).

Примечательна с точки зрения включения в речь дискурса рекламистов концовка диалога героев:

«... Пойдешь ко мне в штат?

Татарский еще раз посмотрел на плакат с тремя пальмами и англоязычным обещанием вечных метаморфоз.

— Кем? — спросил он.

— *Кризйтором*.

— Это творцом? — переспросил Татарский. —

Если перевести?

Ханин мягко улыбнулся.

— Творцы нам тут ... не нужны, — сказал он. — *Кризйтором*, Вава, *кризйтором*» (Там же; курсив наш. — И. С.).

Примечательно, что новообразованный термин рекламистов, вобрав в себя всю отчужденную от российского менталитета новизну и циничность

данной профессии, тем самым становится *непереводимым с английского*.

В речи другого героя романа — Гиреева — повседневный дискурс служит фоном для дискурса сокровенного знания (о котором мы говорили выше): «Как это странно — он (Леша Чикунов. — *И. С.*) умер, а мы живем... Только я подозреваю, что *каждый раз, когда мы ложимся спать, мы точно так же умираем. И солнце уходит навсегда, и заканчивается вся история. А потом небытие надоедает само себе, и мы просыпаемся. И мир возникает снова*» (53; курсив наш. — *И. С.*).

Речь Ханина — в прошлом бывалого комсомольского ратора — не только своеобразно (рекламно) профессиональна, но и порой впечатляюще парадоксальна — и в рамках языковой игры парадокса Ханин анекдотически эффектно обыгрывает конструкции научного дискурса. Разберем с этой точки зрения следующий фрагмент:

«...Теперь подумай: чем торгуют люди, которых ты видишь вокруг?

— Чем?

— Тем, что совершенно нематериально. Эфирным временем и рекламным пространством — в газетах или на улицах. Но время само по себе не может быть эфирным, точно так же, как пространство не может быть рекламным. Соединить пространство и время через четвертое измерение сумел физик Эйнштейн (говорящий, несколько иронизируя (*физик Эйнштейн*), вводит конструкцию научного дискурса. — *И. С.*). Была у него такая теория относительности — может, слышал (ирония возрастает: *была у него такая теория; может, слышал.* — *И. С.*). Советская власть это тоже делала, но парадоксально — это ты знаешь: выстраивали эков, давали им лопаты и велели рыть траншею от забора до обеда

(здесь иронично поданный научный дискурс совмещается с банальным советским анекдотом. — *И. С.*). А сейчас это делается очень просто — одна минута эфирного времени в прайм-тайм (кстати, снова дискурс рекламистов. — *И. С.*) стоит столько же, сколько две цветные полосы в центральном журнале.

— То есть деньги и есть четвертое измерение? — спросил Татарский.

Ханин кивнул.

— Больше того, — сказал он, — с точки зрения монетаристической феноменологии это субстанция, из которой построен мир» (здесь ирония в подаче научного дискурса, пожалуй, переходит в его прямое пародирование. — *И. С.*) (143).

Таким образом, Татарский, ведомый опытным ритором Ханиным в рамках характерной стратегии сократической майевтики, сам формулирует неожиданный для самого себя и парадоксальный для читателя вывод (что, конечно, неслучайно, если учитывать пока еще скрытую для читателя сюжетную функцию Татарского как пророка рекламной истины).

О том, что перед нами агональный коммуникатор, красноречиво говорит его риторическое упражнение, произнесенное в беседе с Татарским:

«Я думаю, что вам, комсомольским активистам, — сказал он громким и хорошо поставленным голосом, — не надо объяснять, почему решения двадцать седьмого съезда нашей партии рассматриваются не только как значимые, но и как этапные» (154) и т. д.

Любопытна в этом отношении оценка риторических умений Ханина главным героем романа: «...никогда так словами манипулировать не научусь. Смысла никакого, но пробирает так, что сразу все понимаешь» (там же). Перед нами, собственно, одно

из самых доходчивых определений существа агональной коммуникации как таковой.

В завершение характеристики дискурсного кругозора Ханина заметим, что от полюса монографического наукообразия его речь легко и непосредственно переходит к диаметрально противоположному дискурсному полюсу «базара» новых русских: «Теперь запомни, — сказал он тихо. — Пока ты здесь работаешь, *ходишь подо мной. По всем понятиям так.* Поэтому из калькуляции выходит, что одна тонна *грин* моя. Или ты *на чистый базар выйти хочешь?*» (150; курсив наш. — И. С.).

Наиболее органичен и целостен в сочетании интеллектуально-идеологического и новорусского дискурсов Вовчик Малой. При всем том, что внешне (фабульно) Вовчик является не более чем эпизодическим персонажем романа, сюжетно он, на наш взгляд, занимает одну из центральных смысловых позиций, являясь своего рода *героем нашего времени* — таким же характерным, как и сам Татарский. Дело в том, что Вовчик Малой воплощает собственно героическую интенцию в эстетической системе романа, при этом его героика парадоксально вменена наature современного городского бандита, и реализуется она не в праксисе (хотя Вовчик и погибает как былинный богатырь — в неравной «стрелке» с «чеченами»), а собственно в дискурсе. Именно в той страстной речи, которую Вовчик произносит в салоне «Мерседеса» после вызволения Татарского из «чеченского» плена, заключается действительная сила этого героя, стремящегося обрести «русскую идею», чтобы противопоставить ее «унижению», идущему с Запада — от «любой суки из любого Гарварда» (193).

Замыкает цепочку субъектов новорусской речи «ложный герой» романа Азадовский. Вспомним, как

он растолковывает Татарскому мифическую историю о богине и ее смерти, воплощенной в облике пятилапного пса (курсив наш. — *И. С.*): «*Короче, базар такой, что была когда-то одна древняя богиня*» (318), или другое: «*Короче, по этому договору досталось обоим. Богиню по нему лишили тела и опустили чисто до понятия*» (там же). Впрочем, Азадовский, в отличие от Вовчика, Ханина и самого Татарского, является совершенно однозначной, даже одномерной фигурой, что сказывается и в дискурсном образии его речи — полуграмотной, то и дело спонтанно сбивающейся на новорусский говорок.

Отметим, что многие герои романа в дискурсивном плане выступают как частные проекции главного героя — Татарского. Таковы Пугин и Ханин, которые отвечают профессиональному плану (Ханин при этом — еще и интеллектуальному, а также и цинически полярному — по-новорусски), а также Гиреев, выступающий в ключевой и странной для самого Татарского роли пророка (и неслучайно в одной из финальных сцен романа Гиреев в галлюцинациях является Татарскому верхом на вещице птице сирруфе). Или, иначе — сам Татарский собирает их существенные черты и, таким образом, действительно выступает характерным представителем *поколения «П»*.

В завершение раздела приведем пример, в котором смешение дискурсов в речи и сознании Татарского достигает некоего самодостаточного и поэтому абсурдного предела: Татарский «понял слово “Тихамат” как некую разновидность сопромата пополам с истматом, настоящую на народной мудрости насчет того, что тише едешь — дальше будешь» (42). По сути дела, эта нелепая смесь слов, понятий и самих традиций речи отражает тот ментальный хаос, который царит в голове нашего потерявшегося в ха-

осе нового времени героя — впрочем, для того чтобы делать хорошую рекламу, нужны, по-видимому, именно такие герои с такими головами.

*Дискурсивные взаимодействия
в повествовательной речи романа*

Пожалуй, наиболее интересный аспект проблемы смещения дискурсов в романе — это процессы, которые происходят в самой повествовательной речи произведения. В его тексте не только соположены субтексты, выражающие разные дискурсы, и не только речь героев обнаруживает характерные признаки смещения дискурсов — повествовательная речь романа сама являет собой поле напряженной интер- и полидискурсивности.

Здесь необходимо сделать одну существенную оговорку нарратологического характера: *речь*, в рамках которой ведется повествование в романе, принадлежит не автору (и тем более не конкретному человеку Виктору Пелевину, у которого есть лицо, паспорт, свои привычки и т. д.) — хотя именно так полагают многие его критики — а собственно *повествователю*, или, говоря точнее, применительно к данному произведению, *имплицитному нарратору*¹⁰. Имплицитный нарратор — это инстанция, ведущая повествование и при этом непосредственно не проявляющая себя в рассказывании, в отличие от эксплицитного нарратора, или собственно *рассказчика*, который не только повествует о происходящем, но и сам в том или ином отношении вовлечен в это происходящее, а также сопровождает свой рассказ какими-либо самохарактеристиками¹¹. Не будем говорить о других произведениях Пелевина, но «Generation “П”» как фабульно организованная история, или narra-

¹⁰ Шмид В. Нарратология. С. 63—68.

¹¹ Там же.

тив, рассказан человеком, адекватным самой эпохе с ее пафосом социальных трансформаций и непредсказуемости личных судеб, человеком неплохо образованным в гуманитарном смысле, знающим что-то из истории, литературы и мифологии, и при этом достаточно циничным и уже привыкшим играть словами, понятиями и ценностями, порой не особенно разбираясь в выражениях (ср.: «Пугин ... *нарисовался* случайно, в гостях у общих знакомых» — С. 34; курсив наш. — *И. С.*). Кроме того, у нарратора, как и у всякого человека, нормально ограничен кругозор (эту ограниченность, например, выдает следующая фраза из текста романа: «Он (Татарский — *И. С.*) поступил в технический институт — не потому, понятное дело, что любил технику (его специальностью были *какие-то* электроплавильные печи), а потому, что не хотел идти в армию» — С. 13; курсив наш. — *И. С.*).

В целом можно сказать, что нарратор в романе, как и ряд отмеченных выше героев, также является смысловой проекцией главного героя этого произведения, и при этом наиболее точной, близкой главному герою. Показательным примером тому служит, в частности, манера, в которой нарратор рассказывает о ненавистном Татарскому рекламисте Малюте: «Малюта, здоровый жлоб в затертом джинсовом костюме» (133), или: «Малюта был вообще человек пугающий» (там же), или: «Малюта во время работы над сценарием не читал ничего, кроме канализационных таблоидов и так называемых патриотических газет с их мрачно-эсхатологическим позиционированием происходящего» (139).

Обратимся к проблеме. Если текстуально выделенные дискурсы романа — рекламный дискурс и дискурс откровения (сокровенного знания) — в меньшей или большей степени обнаруживают свою

изображенность (показанность) и тем самым свою фабульную объектность и сюжетно-смысловую функциональность в художественном мире произведения, то повествовательная речь романа как основа его текста являет риторический принцип смещения дискурсов в его непосредственной данности. По существу, текст романа в целом находится во власти этого принципа. В этом проявляется существенный для риторики романа стилистический (а скорее, *антистилистический*) параллелизм нарратора и героя, с одной стороны, и нарратора и самого изображенного мира, с другой стороны. Можно, по-видимому, дать и более широкое определение: и герой, и нарратор романа оба вовлечены в динамичную среду смещения дискурсов, характерного для современного российского коммуникативного пространства.

Приведем характерный пример дискурсного смещения в повествовательной речи романа. «Впоследствии *дым Отечества* так и канул в Лету или, если точнее, в зиму, которая наступила неожиданно рано» (65). Смещение дискурсов здесь сопряжено с характерным для всей риторики романа (как мы не раз уже отмечали выше) смещением структур самого *предмета* речи. Так, «дым Отечества», как преконструкт, отсылающий читателя в контексте романа одновременно к топике поэта-классика и к рекламному слогану Татарского, поставлен в позицию грамматического субъекта — вследствие чего он и «канул в Лету». Здесь повествователь вовлекает в свою речь другой преконструкт, принципиально иной, мифологический в своей дискурсной природе — и сталкивает их («дым Отечества так и *канул в Лету*» — курсив наш. — *И. С.*) только затем, чтобы последующими словами разрушить это дискурсивно напряженное столкновение неожиданным переходом в топик фабульного настоящего: «если точ-

нее, *в зиму, которая наступила неожиданно рано*» (курсив наш. — И. С.)

Развертывая тему, проанализируем еще ряд примеров дискурсного смещения в повествовательной речи романа.

Разберем с этой точки зрения, например, первую фразу романа: «Когда-то в России и правда жило беспечальное юное поколение, которое улыбнулось лету, морю и солнцу — и выбрало “Пепси”» (9). Эта фраза в своей риторической организации и дискурсной структуре очень существенна для всего романа: она отсылает читателя к двум важнейшим и сопряженным дискурсным полюсам — сказки («когда-то... и правда жило») и мифа («беспечальное юное поколение», улыбнувшееся «лету, морю и солнцу»). Уточним в этой связи, что в целом в романе «Generation “П”» весьма своеобразно — в фабулированной неомифологической оболочке — реализована излюбленная сюжетная схема романистов, а именно, сюжет инициации героя по типу волшебной сказки¹².

Вот еще пример текста, в котором весьма глумливо перемешаны фрагменты библейского слова и параноидального дискурса истеричных русофилов: «... окончательным символом поколения “П” стала обезьяна на джипе. <...> Именно этот клип дал понять большому количеству прозябавших в России обезьян, что настала пора пересаживаться в джипы и *входить к дочерям человеческим*» (10—11; курсив наш. — И. С.). И далее: «Глупо искать здесь *следы ан-*

¹² См. об этом в следующей главе нашей книги, а также в работах: *Тюпа В. И.* Парадигмальный археосюжет в текстах Пушкина // *Ars Interpretandi: Сборник статей к 75-летию профессора Ю. Н. Чумакова.* Новосибирск, 1997. С. 108—119; *Силантьев И. В.* От героя сказки к герою романа // *Традиция и литературный процесс.* Новосибирск, 1999. С. 373—376.

тифусского заговора) (11; курсив наш. — И. С.).

Следующий пример: «Если бы в те далекие годы ему (Татарскому. — И. С.) сказали, что он, когда вырастет, станет копирайтером, он бы, наверное, выронил от изумления бутылку “Пепси-колы” прямо на горячую гальку пионерского пляжа. В те далекие годы детям положено было *стремиться к сияющему шлему пожарного или белому халату врача*. Даже мирное слово “*дизайнер*” казалось *сомнительным неологизмом*, прижившимся в великом русском языке по лингвистическому лимиту, до *первого серьезного обострения международной обстановки*» (11—12; курсив наш. — И. С.). В этой фразе, словно в адской смеси, смешаны следы самых разных — и вместе с тем весьма связанных — дискурсов: во-первых, того, что в первой части книги мы называли «советским» дискурсом, в его идеологическом и политическом вариантах, а во-вторых, дискурса умеренно-обывательского советского антисемитизма, мирно произрастающего в куцах бытового анекдота (к примеру, о *дизайнере, кульмане и рейсфедере*; ср. знаменитое ильфопетровское *айсберги, вайсберги и прочие рабиновичи*).

Далее: «... вечность, в которую он (Татарский. — И. С.) раньше верил, могла существовать только на государственных дотациях — или, что то же самое, как нечто запрещенное государством. Больше того, существовать она могла только в качестве полусознанного воспоминания какой-нибудь Маньки из обувного. А ей, точно так же, как ему самому, эту сомнительную вечность просто вставляли в голову в одном контейнере с природоведением и неорганической химией» (15—16). В этой фразе в нейтральную повествовательную ткань вторгаются, по меньшей мере, два различных дискурса — официально-делового, или бюрократического («существовать ... на государственных дотациях»); «нечто запрещен-

ное государством») и технического, как мы его называли в первой части книги, посвященной газете. Примечательна роль второго, посредством которого в художественную образность нарратива ощути-мо вовлекается механицистская метафорика: «вечность просто вставляли в голову в одном контейнере с природоведением и неорганической химией».

Метафорика дискурсных смещений

Дискурсные смещения в повествовательной речи романа нередко становятся основой для построения сложных метафорических образов. Вот достаточно показательный пример: «... Татарский пришел к выводу, что раб в душе советского человека не сконцентрирован в какой-то одной ее области, а, скорее, окрашивает все происходящее на ее мглистых просторах в цвета вялотекущего психического перитонита, отчего не существует никакой возможности выдавить этого раба по каплям, не повредив ценных душевных свойств» (56—57). Причудливая метафорика данного текста основывается на сочетании дискурса расхожей литературной романтики и весьма впечатляющего подобия психиатрического дискурса. К этому добавляется момент иронического обыгрывания известного афоризма классика.

Не менее эффектна дискурсная метафора «стол, заставленный бутылками — город»: «Планшетка смотрелась на столе как танк на центральной площади маленького европейского городка. Стоявшая рядом закрытая бутылка “Johnny Walker” напоминала ратушу. Соответственно, красненькое, которое Татарский допивал, тоже мыслилось в этом ряду. Его вместилище — узкая длинная бутылка — походило на готический собор, занятый под горком партии, а пустота внутри этой бутылки напоминала об идеологической исчерпанности коммунизма, бессмысленности исторических кровопролитий и об-

щем кризисе русской идеи» (110). В этом крайне интересном с риторической точки зрения тексте метафорический ряд «стол с планшеткой, заставленный бутылками — европейский город, занятый советскими войсками» провоцирует повествователя на очередное смещение дискурсов — конкретно, на вовлечение в текст дискурса стандартного отечественного философствования о судьбах России и т. д.

Метонимика дискурсных смещений

Смещение дискурсов и, соответственно, текстов, представляющих эти дискурсы, приводит к риторически действенному эффекту спонтанной метонимии, складывающейся в структуре художественной образности романа.

Приведем развернутый (но необходимый в этой развернутости) пример из текста, в котором внедренный в текст рекламный дискурс, в свою очередь, метонимически внедряется непосредственно в романский нарратив.

«Следуя за линиями узора, глаза Татарского по прихотливой спирали двинулись к центру ковра и наткнулись на *хозяина кабинета*.

⟨...⟩ Татарского поразило не столько наряд молодого человека, сколько то, что его лицо было ему знакомо, причем очень хорошо, хотя он ни разу в жизни с ним не встречался. Он видел это лицо в сотне мелких телевизионных сюжетов и рекламных клипов, как правило на вторых ролях, но кто такой этот человек, он не знал. Последний раз это произошло прошлым вечером, когда Татарский, раздумывая о русской идее, рассеянно смотрел телевизор. *Хозяин кабинета* появился в рекламе каких-то таблеток — он был одет в белый халат и шапочку с красным крестом... Сидя на кухне в окружении охваченного непонятной эйфорией семейства, он назидательно говорил:

— В море рекламы легко заблудиться. А часто она еще и недобросовестна. Не так страшно, если вы ошибетесь при выборе кастрюли или стирального порошка, но, когда речь идет о лекарствах, вы ставите на карту свое здоровье. Подумайте, кому вы поверите — бездушной рекламе или вашему *семейному доктору*? Конечно! Ответ ясен! Только вашему *семейному доктору*, который советует принимать пилюли “Санрайз”!

“Понятно, — подумал Татарский, — это, значит, наш *семейный доктор*”.

Семейный доктор между тем поднял руку в ответственном жесте...» (207—209; курсив наш. — И. С.).

В приведенном тексте хорошо видно, как нейтральная нарративная характеристика Азадовского («хозяин кабинета») без всякого сопротивления проникает в рекламный дискурс (изложенный в преломлении сквозь точку зрения Татарского), и как собственно рекламный конструкт «семейный доктор» — что еще более показательно — обратным порядком проникает сначала во внутреннюю речь героя, а затем и во внешнюю повествовательную речь романа.

Таким образом, на уровне повествовательной синтагмы смешение дискурсов приводит к переносу художественный значений и имен полидискурсивного в своей природе текста по принципу смежности, метонимически. Это означает, что семиотика полидискурсивного текста, по крайней мере на границах дискурсных совмещений, формируется по типу индексального знака. Эта закономерность свойственна всякому тексту, основанному на дискурсных смешениях, и тем более характерна для нашего романа, в котором смешение дискурсов выступает ключевым риторическим принципом текстообразо-

вания. Не случайно поэтому столь пристальное внимание повествователя уделяется наркотическим похождениям героя и изложениям его галлюциногенных опытов, ведь галлюцинации также строятся по принципу как бы вынужденного переноса значения по смежности, т. е. метонимически (приведем пример из истории мухоморных приключений нашего героя: столб с плакатом «Костров не жечь!» обращивается Гусейном, на вопрос Татарского о парламенте Гусейн вспоминает о поэме аль-Газави «Парламент птиц» и т. д.; или вот это: сируфф спрашивает Татарского: «... ты здесь один. Или тебя пять?» — И героя моментально становится пять: «Когда Татарский снова пришел в себя, он подумал, что действительно вряд ли переживет сегодняшнюю ночь. Только что его было пять, и все этим пяти было так нехорошо...» — с. 168).

Аналогично мыслят и другие герои романа. Так, в известной сцене игры Березовского и Радуева в «монополию» последний метонимически переносит на себя, на свое сознание происходящее в телевизоре «соприкосновение мочи с кожей» (252), а затем, когда Березовский истолковывает ему эти образы как идеальные, так же метонимически переносит на них признаки божественности, и оттого всерьез обижается на олигарха.

*Глава вторая***Романный нарратив и его ироническое преодоление**

Наряду с внешним, вовлеченным в художественный текст романа *дискурсом рекламы*, и внутренним, изображенным *дискурсом откровения (сокровенного знания)*, базовым для романа как повествовательного произведения выступает собственно *нарративный дискурс*. Однако при этом данный дискурс испытывает глубокое воздействие со стороны ведущих для произведения риторических стратегий дискурсных смещений, что приводит к его существенным модификациям, в сравнении с нарративными параметрами романа классического типа.

Данные модификации находят свое выражение, если так можно выразиться, *в нарративном формате* главного героя романа, Вавилена Татарского. С одной стороны, этот герой в своем движении по фабульному действию проходит ряд характерных для классического романного нарратива схем, на которых мы остановимся специально (этим аспектам посвящены два следующие раздела). С другой стороны, произведение в целом, как роман неклассического типа, осложненный интердискурсивными стратегиями построения текста, посредством все того же главного героя иронически преодолевает эти схемы — этот эффект мы называем *сюжетной иронией*, или *ироническим мета-сюжетом*, вырастающим над различными моментами фабульного действия романа.

Итак, в первую очередь обратимся к аспектам исторической поэтики нарратива пелевинского романа.

Татарский как Иванушка-дурачок

Исследование В. Я. Проппа «Морфология сказки» открыло пути для широкого сопоставления сюжетных структур волшебной сказки и произведений различных жанров повествовательной литературы, как древней, так и новой. С тех пор в литературоведении появилось немало глубоких и интересных опытов подобного рода. Это и работы самого В. Я. Проппа¹³, и работы современных исследователей¹⁴.

Таким образом, сложилась определенная научная традиция, разнообразная и широкая в своей проблематике, и одна из актуальных ее проблем —

¹³ Пропп В. Я. Трансформация волшебной сказки // Пропп В. Я. Фольклор и действительность. М., 1976. С. 153—173.

¹⁴ Смирнов И. П. От сказки к роману // Труды отдела древнерусской литературы. Л., 1972. Т. 27. С. 284—320; Шайкин А. А. Сказка и новелла // Известия Академии наук КазССР. Серия общественная. 1973. № 6. С. 47—55; Шайкин А. А. «Повесть о Дмитрие Басарге и о сыне его Борзосмысле» и народная сказка // Труды отдела древнерусской литературы. Л., 1974. Т. 29. С. 218—223; Шайкин А. А. «Се повести времянных лет»: От Кия до Мономаха. М., 1989; Алексидзе А. Д. Мир греческого рыцарского романа XIII—XIV в. Тбилиси, 1979; Повесть о Петре и Февронии / Подгот. текста и исслед. Р. П. Дмитриевой. Л., 1979 (статья Р. П. Дмитриевой); Ромодановская Е. К. Русская литература на пороге Нового времени: пути формирования русской беллетристики переходного периода. Новосибирск, 1994; Михалина А. А. «Гистория о Франце Мемзонзилюесе» и ее отношение к фольклору // Материалы ВСНК «Студент и научно-технический прогресс». Филология. Новосибирск: НГУ, 1977. С. 125—135; Чалкова Т. Ф. О структуре и жанровой специфике Повести о царице и львице // Памятники литературы и общественной мысли эпохи феодализма. Новосибирск, 1985. С. 100—112; Ансит Т. Н. Повесть о Францеле Венециане — памятник русской литературы первой трети XVIII в. Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Л., 1985.

это проблема отношения сказки и романа в Средневековье и Новом времени. Перечень авторов здесь неизбежно пересечется с приведенным выше. Это снова В. Я. Пропп, И. П. Смирнов и А. Д. Алексидзе (в указанных работах), но это и Е. М. Мелетинский с серией фундаментальных трудов по исторической поэтике повествовательной литературы¹⁵, и теоретики литературы¹⁶.

Нарративная поэтика романа Пелевина также дает серьезные основания для подобных сопоставлений.

На фабульном уровне нарратив романа (как история, рассказанная о Татарском) обнаруживает системное сходство с фабульной схемой волшебной сказки, как ее описал В. Я. Пропп (в тезисной форме на это сходство уже обращал внимание А. Немзер¹⁷). Это сходство не ограничивается простым совпадением тех или иных фабульных событий и поворотов романа со сказочными функциями — романная фабула достаточно определенно следует при этом фабульной синтагме волшебной сказки.

Проследим эти подобия.

1. Функциям «отлучка», «запрет», «нарушение» (запрета) соответствуют следующие фабульные по-

¹⁵ Мелетинский Е. М. 1) Средневековый роман. М., 1983; 2) Введение в историческую поэтику эпоса и романа. М., 1986; 3) Историческая поэтика новеллы. М., 1990; 4) Заметки о средневековых жанрах, преимущественно повествовательных // Проблема жанра в литературе средневековья. М., 1994. С. 7—26.

¹⁶ Кожин В. Происхождение романа. М., 1963; Косиков Г. К. К теории романа (роман средневековый и роман Нового времени) // Проблема жанра в литературе средневековья. М., 1994. С. 45—87.

¹⁷ Немзер А. «Как бы типа по жизни». «Generation “П”» как зеркало отечественного инфантилизма // Время МН. 30.03.1999.

вороты романа: Татарский навсегда покидает «чеченский» ларек, и делает это неправильным образом, нарушает неписанный запрет: «Ни с кем из своего прежнего начальства он объясняться не стал, а просто положил ключи от ларька на крыльцо вагончика, где сидел Гусейн. Ходили слухи, что за выход из бизнеса чеченцы требуют больших отступных» (30).

2. Центральной функции (ситуации) «недостачи» — «одному из членов семьи чего-либо не достает, ему хочется иметь что-либо»¹⁸ — соответствует ситуация недостачи у нашего героя денег в некоем, если можно так выразиться, экзистенциальном смысле, денег как фактора жизненного благополучия и необходимого условия завершенности судьбы (см. этот вариант «недостачи» у В. Я. Проппа: «рационализированные формы: не хватает денег, средств к существованию и проч.»¹⁹. Татарскому в «ларечный» период его жизни решительно не доставало всего вышеперечисленного — и жизненную ущербность этой ситуации моментально уловил Морковин:

«Вова, — спросил Морковин удивленно. — Что ты тут (в ларьке. — *И. С.*) делаешь?»

Татарский не нашелся, что ответить.

— Понятно, — сказал Морковин. — А ну-ка пойдем отсюда к черту» (20).

Весьма символично при этом звучит призыв Морковина «пойти отсюда к *черту*», что подчеркивает момент нарушения запрета, с одной стороны, и момент предстоящих неоднозначных перемен в жизни Татарского, с другой стороны.

3. Функции «отлучка» («герой покидает дом») соответствует первый визит Татарского к Гирееву и,

¹⁸ Пропп В. Я. Морфология сказки. Л., 1928. С. 45.

¹⁹ Там же.

далее, блуждания героя по лесу и недостроенной «башне». При этом Гиреев выступает в характерной роли «дарителя», угощая Татарского возбуждающим чайком из мухоморов, а, главное, наставляющим героя относительно чудодейственных свойств мухоморов как таковых. С самим же Татарским в лесу происходит то, что В. Я. Пропп описывает следующей формулой: «В распоряжение героя попадает волшебное средство», и далее, «Средство выпивается или съедается»²⁰. Только у нашего героя в руках оказываются не молодильные яблоки, а коричневые мухоморы — но действие их действительно оказывается волшебным, поскольку они способствуют проникновению героя в откровения богини рекламы и обретению героем нового профессионализма: «Приключение, пережитое в подмосковном лесу, оказало благоприятное действие на профессиональные способности Татарского. Сценарии и концепции стали даваться ему намного легче...» (65).

К слову сказать, дарителей и волшебных средств на пути Татарского оказывается немало. Так, в руки героя попадает чудесная планшетка для общения с духами, раскрывающая перед Татарским мир возвышенной идеологии Че Гевары. Затем «помощник» Гриша-филателист вручает нашему герою кислотную марку, оказывающуюся «номерным пропуском, служебным документом» (формально Татарский покупает марку, но не более чем по символической цене — за ельцинские 100 рублей).

4. Помощником нашего героя выступает и Вовчик Малой, выручающий Татарского из «чеченского» плена (само пленение при этом можно трактовать как реализацию функции «Герой испытывается, выпрашивается, подвергается нападению»²¹).

²⁰ Там же. С. 53—54.

²¹ Там же. С. 49.

5. Функция перемещения: «Герой переносится, доставляется или приводится к месту нахождения предмета поисков»²². Гришина марка как волшебное средство оказывается непосредственно сопряженной с событиями перемещения Татарского в особый мир, в котором он ищет и находит свою истину. Марка — это «пропуск», «съедая который (как растолковывает Татарскому сирруф. — *И. С.*), ты перемещаешься в такую область, где нет абсолютно никаких удовольствий. И где не положено шататься без дела» (167). И хотя Татарский сокрушенно соглашается с сирруфом, что никакого дела у него нет, это не должно обманывать читателя: дело у Татарского есть — и это дело заключается в тяжелом труде прохождения героем различных испытаний перед свершением финальных актов его судьбы (об этом несколько позже).

Планшетка как волшебное средство также помогает герою в поисках истины, только не герой переносится в особый мир сокровенного знания, а самое знание — через посредничество вызванного духа — является Татарскому.

6. Весьма примечательна реализация в романной фабуле функции «Героя метят» — Татарский изначально помечен своим именем.

7. Функции «Герой подвергается преследованию»²³ соответствует эпизод романа, в котором за Татарским, в приступе необъяснимой бравады раскрывшим в пивнушке на станции тайну «Народной воли», бросаются бандиты.

8. Одно из важнейших подобий фабулы романа схематике волшебной сказки — наличие в романе т. н. «ложного героя» — собственно, Азадовского. Здесь в романной фабуле реализуется целый комп-

²² Там же. С. 59.

²³ Там же. С. 64.

лекс связанных функций: «Герой неузнанный прибывает домой или в другую страну»²⁴ — Татарский оказывается в подземном святилище богини; «Герою предлагается трудная задача» и «Задача решается»²⁵ — Татарский рассказывает мифологическую историю пятилапного пса и правильно объясняет смысл «зубчатого знака в центре плиты» (320), а затем успешно проходит финальное испытание, заглядывая в священный глаз; «Героя узнают»²⁶ — богиня принимает Татарского в качестве своего супруга; «Ложный герой или вредитель изобличается», ложный герой «наказывается (расстреливается, изгоняется, привязывается к хвосту лошади, кончает самоубийством и пр.»²⁷ — в нашем случае Азадковского удавливают и заталкивают в зеленый шар; «Герою дается новый облик»²⁸ — с Татарского снимают оцифрованную трехмерную копию, по сути — его новую нематериальную ипостась; «Герой вступает в брак и воцаряется»²⁹ — тут и комментировать нечего: Татарский вступает в брак с богиней, и члены «Общества Садовников» «склоняются перед живым богом» (330).

Татарский как житийный герой

Таким образом, весьма детальное подобие фабульных структур волшебной сказки и нашего романа очевидно — и вызвано это, конечно, не только субъективными авторскими стратегиями произведения (известно внимание писателя к сказочному жанру), но и объективными генетическими связями сказки и романа как таковых, хорошо исследован-

²⁴ Там же. С. 68.

²⁵ Там же. С. 68—70.

²⁶ Там же. С. 70.

²⁷ Там же. С. 70—71.

²⁸ Там же. С. 70.

²⁹ Там же. С. 71.

ными в исторической поэтике³⁰ и опирающимися на глубинную мифологическую семантику ритуального комплекса инициации³¹.

Между тем было бы опасно и совершенно бесплодно оставаться в соблазне нахождения формальных подобий всего и вся — поэтому нам следует ответить и на другой вопрос: в чем роман Пелевина и собственно его герой *не подобны* сказочной фавеле и сказочному герою?

На поставленный вопрос трудно дать быстрый и поверхностный ответ, поэтому нам придется на некоторое время перейти в план общих рассуждений.

С точки зрения исторической поэтики роман вырабатывает новую, незнакомую волшебной сказке *концепцию героя и его судьбы*. Можно сказать иначе, и это будет вернее с точки зрения законов жанрообразования: роман как жанр сам развивается, вырабатывается литературой тогда, когда в ней возникает необходимость художественного выражения целостного образа нового героя.

Каков этот новый романый герой и в чем его качественные отличия от героя волшебной сказки? В общем виде можно обозначить три типологических различия романного и сказочного героя.

1. Романый герой — это *частный* человек. Он не только внешне (в силу обстоятельств), но и внутренне (в силу своего личностного развития) оторван от родового коллектива (общины, семьи и т. п.). Это человек, предоставленный самому себе. Герой волшебной сказки — это человек, в целом приобщен-

³⁰ Смирнов И. П. От сказки к роману. С. 284—320; Мелетинский Е. М. Введение в историческую поэтику эпоса и романа. С. 286—297.

³¹ Элиаде М. Аспекты мифа. М., 1995. С. 192—193; Тюпа В. И. Парадигмальный археосюжет в текстах Пушкина. С. 111—112.

ный к родовому коллективу, и лишь временно отделенный от него — для прохождения испытаний.

Татарский — это не просто частный человек, но и, прямо скажем, человек, оторванный от привычного социума и в прямом смысле слова *предоставленный самому себе* — в своего рода эксперименте на выживание масштабом в целую страну.

2. Романский герой — это *свободный* человек. Свобода действия и поступка, пусть иногда и свобода вынужденная, — неотъемлемое качество романного героя, и в этом он преодолевает несвободу героя волшебной сказки. Проводя аналогию с таким характерным явлением средневековых литератур, как литературный этикет³², можно говорить о своеобразном этикете поведения героя волшебной сказки. Этот герой ритуально закреплён и сюжетно несвободен в своих действиях. «Поведение по правилам, — пишет Е. М. Мелетинский, — определяет структуру сказочного поступка, обязательную в принципе для всех персонажей сказки, но осуществляемую идеально только героем»³³.

Татарский — до тех пор, пока не попадает в Межбанковский комитет — безусловно, свободен, в том числе внутренне, а порой даже оказывается парадоксально свободнее своей свободы, поскольку в галлюцинаторных приключениях (которые в художественном мире романа имеют статус полноценной реальности) преодолевает не только внешние границы и отношения, но и границы самого себя. Вспомним в этой связи сцены общения Татарского с сирруфом, который говорит герою: «... когда ты принимаешь сверхдозу ЛСД или объедаешься пан-

³² Лихачев Д. С. Поэтика древнерусской литературы. С. 80—101

³³ Мелетинский Е. М. Введение в историческую поэтику эпоса и романа. С. 60; см. также 173—174.

терными мухоморами, что вообще полное безобразие, ты совершаешь очень рискованный поступок. Ты выходишь из человеческого мира...» (167; курсив наш. — И. С.); или: «Только что его (Татарского. — И. С.) было пять, и всем этим пяти было так нехорошо, что Татарский мгновенно постиг, какое это счастье — быть в единственном числе, и поразился, до какой степени люди в своей слепоте этого счастья не ценят» (168).

А вот оказавшись в Межбанковском комитете, Татарский свою свободу постепенно теряет, а забирает у него свободу сама судьба — но здесь мы переходим к третьему пункту.

3. Третье и итоговое разграничение: судьба романного героя, как результирующая его частной и свободной жизни — это *личная* судьба. Судьба же героя волшебной сказки не носит личного характера. Данное различие в характере судьбы героев сказки и романа, несмотря на свое принципиальное значение, не проводится исследователями достаточно четко³⁴.

Раскроем это разграничение подробнее. Судьба романного героя не дана и не задана ему. Это судьба незапланированно и неожиданно случившаяся, или неповторимо и свободно совершенная и в своих итогах завершенная героем. «Сама романная действительность, — писал М. М. Бахтин, — одна из возможных действительностей, она не необходима, случайна, несет в себе иные возможности»³⁵.

Поэтому такая судьба — не только индивидуальная, но и вполне личная. Судьба же героя волшебной сказки — не личная, а только индивидуаль-

³⁴ См., например: Мелетинский Е. М. Введение в историческую поэтику эпоса и романа. С. 51, 149, 172—173.

³⁵ Бахтин М. М. Вопросы литературы и эстетики. М., 1975. С. 480.

ная, — в том смысле, что герой в одиночку, во временном и внешнем отделении от родового коллектива проходит ее этапы как этапы испытания. Это не личная неповторимая судьба. Напротив, это для всех одинаковый, заданный, повторимый и затверженный индивидуальными прохождениями путь.

Готовый и неличный характер судьбы героя волшебной сказки подчеркивает Е. М. Мелетинский: эта судьба «при всех волшебных моментах содержит идею ритуального стереотипа»³⁶.

Здесь с Татарским начинаются, так сказать, жанровые проблемы — с точки зрения художественной концепции судьбы этот герой плохо вписывается в романский «стандарт». Судьба нашего героя predetermined с самого начала всей истории. Татарский — избранник богини, и рок избрания ведет его по всей его неинтересной жизни к финальным событиям. Таким образом, судьба Татарского — это не классическая романная судьба-случай (генетически исходящая от эллинистической судьбы-*тихэ*), а судьба-рок, только не трагического, а иронического склада (что обусловлено, конечно же, постмодернистскими художественными стратегиями произведения).

Итак, в смысловой структуре героя Татарского наличествует глубокое противоречие: это *свободный* герой, но связанный при этом *судьбой-роком*: «А отказать я могу?» — спрашивает Татарский Фарсук-Фарсейкина перед церемонией брака с богиней. — «Не думаю» — отвечает ему ветеран «Общества Садовников» (326).

В рамках осмысления смысловой противоречивости героя «Generation “П”» сделаем несколько необычное предположение касательно жанровой при-

³⁶ Мелетинский Е. М. Введение в историческую поэтику эпоса и романа. С. 174.

роды самого произведения — это, безусловно, роман, но не классического образца, а роман, осложненный фабульными стратегиями древнего жанра *жития*³⁷.

Если не обращать внимания на многочисленные мелкие безобразия Вавилена (а они, действительно, не имеют никакого отношения к сути дела), Татарский как герой полностью вписывается в концепцию житийного героя — это первоначально частный и предоставленный самому себе человек, свободный в своем взгляде на мир, человек, каких много, и одновременно — *отмеченный* с самого рождения, словно печатью, странным именем («человек с именем города» — с. 325), и впоследствии *замеченный* некоей высшей силой и *избранный* в соответствии со своим именем быть пророком и «живым богом».

Татарский как фигура сюжетной иронии

Перейдем от анализа фабулы к анализу сюжета романа.

В заголовке мы употребили слово «фигура» в собственно риторическом смысле — дело в том, что с точки зрения сюжета герой выступает ведущим *средством передачи* (и в то же время основным *местом сосредоточения* — ибо *the medium is the message!*) определенного комплекса смыслов, который мы назовем *сюжетной иронией*.

В классическом романе нарративное начало носит тотальный характер. Нарратив выступает основой всего дискурсного построения романного текста, и художественный мир романа в силу этого рас-

³⁷ И, заметим, жития как жанра изначально не христианского — см.: Рабинович Е. Г. «Жизнь Аполлония Тианского» Флавия Филострата // *Флавий Филострат. Жизнь Аполлония Тианского*. М., 1985. С. 217—276.

крывается перед читателем как мир рассказанный, поведанный, как мир повествуемых событий, включенных в измерения фабулы и сюжета. В неклассическом пелевинском романе нарративное начало — как, между прочим, и в массовой газете — встраивается в текст не более чем на правах одного (из многих) дискурса, и при этом далеко не всегда основного, базового. Поэтому фабульное начало в романе временами может быть ослаблено, а в силу этого и сюжетика романа носит не только фабульный, но и вне-фабульный, а значит, как мы определяли в первой части книги, в целом *мета-фабульный* характер. Как и в газете, сюжет здесь выходит на внешний по отношению к наррации уровень текста как такового: в сюжетно-смысловые отношения вступают не только собственно изложенные события, но и дискурсно маркированные субтексты романа — в ряду которых, повторим, субтексты нарративной природы занимают только частное положение.

Так, нарративы романа образуют отчетливые смысловые конфигурации в своих соотношениях с субтекстами, представляющими дискурс откровения (сокровенного знания). Данные субтексты мотивированны фабулой исключительно внешне: герой *находит* машинописную рукопись «Тихамата», причем находит дважды — сначала в детстве при сборе макулатуры, а затем — случайно в шкафу с разным хламом; посредством чудесной планшетки, которую герой приобретает *ненафоком*, ему являются откровения духа Че Гевары; когда-то и вне всякой связи с повествуемым настоящим герой прочитывает некую статью о «русском мате», заключающую в себе актуальные откровения о пятилапом псе и судьбах России, и т. п.). Однако, попадая в романский нарратив *извне* фабульного пространства, обжитого героем, эти тексты в дальнейшем определяют ключе-

вые линии развития романной фабулы и, в конечном счете, финальные события романа.

В разнообразные смысловые отношения (и при этом практически минуя фабулу) вступают нарративы романа и с субтекстами рекламной природы (ср., например, текст рекламной концепции Малюты о Харлее и Давидсоне и последующий рассказ таксиста о сержанте Харлее).

В силу своего частного положения в структуре текста романа нарративный дискурс как таковой нередко становится зависимым от других дискурсов: в произведении иной раз не просто рассказывается о тех или иных событиях, а *изображается* рассказывание. Прибегая к известной бахтинской формуле разграничения фабулы и сюжета как «рассказанного события» и «события рассказывания», здесь можно говорить о том, что в нашем романе иронично изображается самое *событие* рассказывания, и текст романа как таковой тем самым вступает в некую неискреннюю игру с читателем. Таким образом, над обычными сюжетными отношениями фабульных планов нарратива формируется *иронический метасюжет*, и Татарский, оставаясь «сказочным» деятелем романной фабулы и «житийным» героем-избранником романного сюжета, становится, как мы уже формулировали выше, риторической фигурой иронической смысловой игры, в рамках которой все отмеченные выше семантические отсылки к сказке и житию сами становятся не более чем игровыми моментами.

Ироническая стратегия текста как таковая задается даже ранее, чем открывается собственно романский нарратив, — и явственно звучит уже в кратком авторском предисловии. Разберем этот небольшой текст.

«Все упоминаемые в тексте торговые марки являются собственностью их уважаемых владельцев, и все права сохранены» (5). Совершенно неуместное «уважаемые» вводит иронический код как таковой, и в рамках этого кода последующее стандартное утверждение о правах звучит неоправданно обобщенно — на ум приходят не только имущественные права «уважаемых владельцев», но и права меньшинств, права человека и т. п. Далее. «Названия товаров и имена политиков не указывают на реально существующие рыночные продукты и относятся только к проекциям элементов торгово-политического информационного пространства, принудительно индустриализированным в качестве объектов индивидуально-ума» (там же). «Имена политиков» здесь приравниваются к «рыночным продуктам» — что само по себе выступает как иронически понижающий прием — и далее в том же ироническом русле оба «продукта» объединяются в одно целое «торгово-политическое информационное пространство», а в итоге объявляются не более чем фантазиями (непонятно только, чьими). И последнее: «Мнения автора могут не совпадать с его точкой зрения» (там же). Это высказывание в своей искусственной парадоксальности иронически опрокидывает все вроде бы серьезное сказанное автором выше, и на первый план выходит ирония как таковая, что задает и общую эстетическую тональность, обволакивающую романное повествование в целом.

Ирония прежде всего охватывает самый предмет повествования, и характерный пример находим на первых страницах произведения, в комментариях к рекламному клипу, героем которого выступает «обезьяна на джипе» (10). Приведем необходимый текст.

«Немного обидно было узнать, как именно ребята из рекламных агентств на Мэдисон-авеню представляют себе свою аудиторию, так называемую target-group. Но трудно было не поразиться их глубокому знанию жизни. Именно этот клип дал понять большому количеству прозябавших в России обезьян, что настала пора пересаживаться в джипы и входить к дочерям человеческим» (10—11).

Безусловно, данный текст излагается от лица романного нарратора (напомним, его характеристику мы давали выше, в главе, посвященной дискурсивным смещениям в романе). Это ему «немного обидно» — и, тем не менее, это он иронически переносит фигуру обезьяны из клипа в прямую действительность повествования, говоря о «прозябавших в России обезьянах». Далее, как нам представляется, к голосу нарратора исподволь присоединяется уже голос автора, вносящий свою, авторскую долю иронии (мы выделили эти слова курсивом): «Глупо искать здесь следы антирусского заговора. *Антирусский заговор, безусловно, существует — проблема только в том, что в нем участвует все взрослое население России*» (11). Показательно, что на фоне обезьяньей темы в повествование вводится и главный герой романа, с характерной иронической оговоркой, начало которой, как нам кажется, принадлежит нарратору, а завершение — снова автору: «Впрочем, мы слишком долго говорим об обезьянах — *а собиравались ведь искать человека*» (11; курсив наш. — И. С.).

Другой текст, проникнутый иронией нарратора, посвящен известной истории имени Татарского: «Взять хотя бы само имя “Вавилен”, которым Татарского наградила отец, соединявший в своей душе веру в коммунизм и идеалы шестидесятиничества. Оно было составлено из слов “Василий Аksenov” и “Владимир Ильич Ленин”. Отец Татарско-

го, видимо, легко мог представить себе верного ленинца, благодарно постигающего над вольной аксеновской страшицей, что марксизм изначально стоял за свободную любовь, или помешанного на джазе эстета, которого особо протяжная фулада саксофона заставит вдруг понять, что коммунизм победит» (12; курсив наш. — И. С.). Иронические парадоксы данного текста разрастаются в последующих строках пугающей гротескной метафорой: «Но таков был не только отец Татарского, — таким было все советское поколение пятидесятых и шестидесятых, подарившее миру самодельную песню и кончившее в черную пустоту космоса первым спутником — четыреххвостым сперматозоидом так и не наставшего будущего» (Там же; курсив наш. — И. С.).

В следующем фрагменте в ироническом свете оказывается уже сам нарратор как цинический двойник нашего героя: «Потом незаметно пришло одно существенное для его (Татарского. — И. С.) будущего событие. СССР, который начали обновлять и улучшать примерно тогда же, когда Татарский решил сменить профессию, улучшился настолько, что перестал существовать (если государство способно попасть в нирвану, это был как раз такой случай)» (13; курсив наш. — И. С.).

Примеры прямой иронии по отношению к «рассказываемому событию» можно было бы умножать — перед нами иронический текст как таковой, предмет которого, в соответствии с эстетической программой постмодернизма, не следует, да и невозможно воспринимать, так сказать, абсолютно серьезно. Однако гораздо интереснее и тоньше в смысловом отношении выступает другой момент, о котором мы уже говорили в начале данного раздела: нарратив как таковой, как «событие рассказыва-

ния», сам становится в пелевинском романе предметом иронии.

Так, одним из проводников иронии над повествованием в романе становится тема вечности, одна из ключевых в символической системе произведения. Первоначально вечность и сама выступает объектом иронического видения нарратора: «С вечностью, которой Татарский решил посвятить свои труды и дни, тоже стало что-то происходить. (...) Оказалось, что вечность существовала только до тех пор, пока Татарский искренне в нее верил, и нигде за пределами этой веры ее, в сущности, не было» (14). Усиление иронической тональности приводит практически к полной девальвации вечности как ценностного момента на следующих страницах: «А ей (“Маньке из обувного” — *И. С.*), точно также, как ему самому (Татарскому — *И. С.*), эту сомнительную вечность просто вставляли в голову в одном контейнере с природоведением и неорганической химией» (16). Далее же происходит самое интересное. Обратим внимание на следующую фразу, открывающую главу «Драфт Подиум»: «Как только вечность исчезла, Татарский оказался в настоящем» (17). Здесь в единых рамках сложноподчиненного предложения с придаточным времени оказываются сопоставленными две фундаментальные категории — «вечности» и «настоящего» — но так, как будто бы речь идет о каком-либо сиюминутном движении героя, к примеру: «Как только раздался телефонный звонок, Татарский поднял трубку», или «Как только ушел Морковин, Татарский сел писать рекламную концепцию», и т. п. Это, на первый взгляд, неуместное сопоставление оборачивается своего рода ироническим парадоксом, и острие иронии направлено в данном случае не на предмет повествования, а на самое повествование.

Глава «Тихамат-2» в своем зачине также содержит фразу, смысл которой подвергает иронии самый порядок рассказывания: «А вождь *наконец-то* покидал насиженную Россию. Его статуи увозили за город на военных грузовиках...» (33; курсив наш. — *И. С.*). И дело здесь даже не в парадоксальном соположении единичности и уникальности «вождя» и бесчисленности его «статуй», посредством которых он, так сказать, существовал почти что в быту советского человека. Все смешивает словечко «наконец-то», совершенно избыточное с точки зрения нормального рассказывания, и в своей избыточности заключающее момент иронического отрицания нарратива как абсолютного основания романного текста. Текст произведения словно бы стремится высвободиться из под власти нарратива, и делает это — повторим — посредством своеобразной риторики иронического.

Начало следующей главы — «Три загадки Иштар» — также вовлечено в эту риторику. Приведем ключевую фразу: «Тот (Гиреев. — *И. С.*) в своей диковатой одежде казался последним осколком погибшей вселенной — не советской, *потому что в ней не было бродячих тибетских астрологов*, а какой-то другой, существовавшей параллельно советскому миру и даже вопреки ему, но пропавшей вместе с ним» (49; курсив наш. — *И. С.*). Риторику иронического здесь выдают слова, выделенные нами курсивом и снова являющиеся избыточными с точки зрения нормального развития нарратива. Они-то — в своей избыточности — и ставят под сомнение самодостаточность и самую подлинность нарратива в романе.

В главе «Бедные люди» ирония текста по поводу нарратива, в частности, выражена в уже цитированной в предыдущей главе фразе (из описания «боль-

шой черно-белой фотографии, висевшей у Татарского над столом» — с. 75). Позволим себе еще раз обратиться к данному тексту, уже в аспекте сюжетной иронии: «На его («молодого человека» с фотографии. — *И. С.*) лице была хмуро-резкая гримаса, и чем-то он был похож на раскинувших крылья птиц (не то орлов, не то чаек), залетевших в мглистое небо из приложения к последнему “Фотошопу” (поглядев на фотку внимательней, Татарский решил, что *оттуда же приплыла и видная на горизонте лодка*)» (там же; курсив наш. — *И. С.*). Очевидно, что текст, выделенный курсивом, полностью разрушает наивные представления о подлинности фактуры рекламной фотографии и деконструирует простецкий романтический миф, навязываемый фотографией. Но в той же мере разрушительному воздействию подвергается и сам порядок рассказывания, поскольку в предмете нарративного дискурса оказываются совмещенными и смешанными моменты принципиально различных миров — мира непосредственно повествуемого («на его лице *была* хмуро-резкая гримаса, и чем-то он *был* похож...» и т. д.) и мира, находящегося в *мета-позиции*, мира, о котором мир фотографии ничего не может знать, в котором существуют «приложения к последнему “Фотошопу”» и сами рекламисты.

Ближе к финалу романа иронический сюжет принимает откровенно гротескный облик и вполне характерным образом сопрягается с персоной Азадовского — мы имеем в виду, в частности, новостной выпуск, который Татарский смотрит по перевернутому телевизору в гостях у Гиреева. Содержание этих новостей совершенно определенно опровергает своим абсурдом действительность московского мира конца 90-х годов, в котором живет Татарский: «Скоро, скоро со стапелей в городе Мур-

манске сойдет ракетно-ядерный крейсер “Идиот”, заложенный по случаю столетия со дня рождения Федора Михайловича Достоевского. ⟨...⟩ Добро должно быть с кулаками. Мы это знали давно, но все же чего-то не хватало! И вот книга, которую вы ждали столько лет, — добро с кулаками и большим ⟨...⟩! ... Из Персии пишут...» (297—298). Это последнее «Из Персии пишут...», отсылая читателя к неуклюжим формулам петровских «Ведомостей» с их «индейскими царями» и «слонами», сигнализирует о полном распаде *нормы* того *сегодняшнего мира*, о котором роман вроде бы и старается рассказать всерьез, но не может — по причине активно действующего в его тексте вируса иронии. Отметим, что абсурдность мира является Татарскому не в очередном галлюцинаторном бреде, а, так сказать, *на самом деле*, точнее, в дискурсе теленовостей.

К слову сказать, и галлюцинации героя оказываются не такими простыми. В тексте романа, при внимательном рассмотрении, обнаруживаются своего рода маленькие секреты (похожие на детские спрятанные «секретики»), раскрывающие подлинность многого из того, что происходило с Татарским в галлюцинаторном бреде. Вот один из таких «секретиков»: «Ом мелафефон бва кха ша» — повторяет Татарский в попытках убежать от кислотной реальности, а рука из этой реальности протягивает ему «маленький мокрый огурец в пупырышках» (173). «Дайте, пожалуйста, еще огурец» — переводит эту «мантру» по учебнику иврита Гиреев (181). В чем здесь секрет? В том, что Татарскому, произносящему эту фразу и при этом абсолютно не понимающему ее, неведомые силы совершенно правильно предлагают огурец. А это означает, что мир, который так напугал Татарского после приема наркотика, — настоящий, а не галлюцинаторный, потому

что этот мир с его огурцом и со всеми страшными откровениями происходит *не из головы героя*.

«Переходная форма» от иронии к цинизму

Остановимся на вопросе, смежном с проблематикой предыдущей главы, — дело в том, что ирония текста в романе нередко оформляется посредством ключевых для всего произведения дискурсных совмещений и смещений.

Вот чрезвычайно яркий пример: «По уровню удобств его (Гиреева. — *И. С.*) жилье было *переходной формой между деревней и городом*: в будке-уборной сквозь дыру были видны мокрые и осклизлые канализационные трубы, проходящие над выгребной ямой, но откуда и куда они вели, было неясно» (49; курсив наш. — *И. С.*). Включение в текст прекопструкта «советского» дискурса актуализирует и буквализирует его «внутреннюю форму», что выступает как прием жесткой иронии.

Обратимся теперь к следующему тексту. «Многое из того, что говорил Морковин, Татарский просто не понимал. Единственное, что он четко уяснил из разговора, — это *схему функционирования бизнеса эпохи первоначального накопления и его взаимоотношения с рекламой*» (20; курсив наш. — *И. С.*). Или другое: «Татарский понял, чем *эра загнивания империализма отличается от эпохи первоначального накопления капитала*. (...) Покуриив однажды очень хорошей травы, он (Татарский. — *И. С.*) случайно *открыл основной экономический закон пост-социалистической формации*: первоначальное накопление является в ней также и окончательным» (32; курсив наш. — *И. С.*).

В обеих фразах в художественный нарратив вторгается экономико-идеологический дискурс зрелого советского образца, выстроенный в строгой научной стилистике. Этот дискурс в сочетании с крайне сниженной в ценностном отношении схемой, ко-

торуЮ развертывает перед хмельным Татарским Морковин («Человек берет кредит. На этот кредит он снимает офис, покупает джип “чероки” и восемь ящичков “Смирновской”» и т. д. — с. 20—21), создает риторический эффект циничной в своей крайности иронии по отношению ко всем фигурантам действия. Этому способствуют и элементы собственно научного (точнее, научно-технического) дискурса, неслучайно появляющиеся в тексте: «... в голове у человека, который все это заварил, *происходит своеобразная химическая реакция*» (21; курсив наш. — И. С.). В результате этой риторической процедуры Морковин, как высказывающийся, получает полное право присваивать своему герою-бизнесмену самые нелестные характеристики: «В нем (в бизнесмене. — И. С.) просыпается *чувство безграничного величия*, и он заказывает себе рекламный клип. Причем он требует, чтобы этот клип был круче, чем у других *идиотов*» (там же; курсив наш. — И. С.). Этим характеристикам, кстати, вторит и сам нарратор, распространяясь в другом месте насчет стандартов рекламных образов и стандартов самих потребителей этой рекламы: «... пальмы, пароход, синее вечернее небо, — надо было быть *клиническим идиотом*, чтобы сохранить способность проецировать свою тоску по несбыточному на эти стопроцентно торговые штампы» (76; курсив наш. — И. С.).

В рамках той же риторической схемы иронически срабатывает включение элементов научного и публицистического дискурса в следующих фразах: «В них (сценариях клипа. — И. С.) были задействованы ... черные «мерседесы», набитый долларами чемодан и прочие *народные архетипы*» (29—30; курсив наш. — И. С.); «Денег он (Татарский. — И. С.) зарабатывал не особенно много, но все равно выхо-

дило больше, чем *на ниве* розничной торговли» (31; курсив наш. — И. С.).

И уже совсем цинично в своей противоречивости звучит ироническое сочетание дискурсов во фразе: «А когда заказы пошли один за другим, он (Татарский. — И. С.) понял, что в бизнесе никогда не следует проявлять поспешности, иначе сильно сбавляешь цену, а это глупо: продавать *самое святое и высокое* надо как можно дороже, потому что потом торговать будет уже нечем» (там же; курсив наш. — И. С.). «Все самое высокое в душе», «самое святое и высокое» — как правильно и бесконфликтно эти всем знакомые выражения (по своей сути, дискурсивные прекопструкции) улеглись бы в речь известного деятеля культуры, политика высокого ранга, церковного иерарха и т. п. — и как торжествующе цинично (но вместе с тем с какой аккуратной прагматичностью) они звучат в речи нарратора, с сочувствием и тихой завистью описывающего похождения своего героя.

В том же ироническом духе обыгрывается характерные для американской популярной социально-экономической литературы приемы банально-цветастой метафорики: «Насколько Татарский мог судить (по поводу американской книги по рекламе «Positioning: a battle for your mind»), никакого сражения между товарами за ниши в развороченных отечественных мозгах не происходило; ситуация больше напоминала дымящийся пейзаж после атомного взрыва» (32), и особенно здесь: «Но все же книга была полезной. Там было много *шикарных* выражений вроде *line extention*, которые можно было вставлять в концепции и *базары*» (там же; курсив наш. — И. С.).

Вот эти «базары» в одном ряду с «концепциями», как ничто другое, наглядно демонстрируют са-

мый принцип циничного в своей иронической игре смешения дискурсов, характерного для повествовательной речи нарратора — и для языка самой «постсоциалистической формации». То же самое находим в следующем тексте: «Но особо ему (Татарскому — *И. С.*) помогла книга Россера Ривса — он вычитал в ней два термина, “внедрение” и “вовлечение”, которые оказались очень полезными *в смысле кидания понтов*» (68; курсив наш. — *И. С.*). Обращаем еще раз внимание на смысловую, интенциональную и в целом дискурсную сопряженность речи героя и речи повествователя: выделенное курсивом выражение принадлежит не только речевому сознанию героя романа — сама повествовательная речь оказывается зараженной речью своего героя, а скорее, всей этой суетливо-циничной дискурсной среды, в которую окунулся Татарский.

В качестве характерных примеров приведем также следующие тексты: «Пугин, мужчина с черными усами и блестящими черными глазами, очень похожими на две пуговицы, *нарисовался* случайно, в гостях у общих знакомых»; «В Нью-Йорке особенно остро понимаешь, — сказал он Татарскому за *водочкой*, к которой перешли после чая...» (34; курсив наш. — *И. С.*) Кто в данных текстах стоит за словечком «нарисовался» или за ласковой «водочкой» — нарратор или герой романа? Нам представляется, что здесь берет слово, как мы указывали выше, сама дискурсная среда, в которой вращается герой и к которой, по существу, принадлежит и нарратор.

Кому принадлежат «тихие голоса»?

В заключение главы отметим еще одну особенность нарратива пелевинского романа. При всем разнообразии дискурсной палитры и игровых возможностей повествовательной речи произведения

для нее характерно практически полное отсутствие лирической тональности как таковой.

Лиризм, в принципе, предполагает некую абсолютную точку отсчета в видении мира и себя самого, а также некую свыше установленную систему ценностей. Повествовательная речь романа, напротив, тотально релятивна — от степеней иронического безразличия до степеней циничного безверия, и это понятно, поскольку, как мы указывали выше, нарратор является смысловой и дискурсивной проекцией самого героя (см. один из ключевых диалогов романа: «Ты хоть во что-нибудь веришь? — спросил он (Азадовский. — *И. С.*) — Нет, — сказал Татарский. — Ну хорошо, — сказал Азадовский...» — с. 212).

Именно эта невозможность лирически озвучить речь нарратора, как нам кажется, приводит к художественной необходимости выражения лирической тональности (идущей, позволим себе предположить, уже собственно *от автора*) в рамках независимого от нарратора дискурса откровения. Один из немногих, но самых характерных примеров — это речь «тихих голосов», предвещающих намухоморенному Татарскому его встречу с богиней: «Все совсем наоборот, чем думают люди, — нет ни правды, ни лжи, а есть одна бесконечно ясная, чистая и простая мысль, в которой клубится душа, похожая на каплю чернил, упавшую в стакан с водой. И когда человек перестает клубиться в этой простой чистоте, ровно ничего не происходит, и выясняется, что жизнь — это просто шелест занавесок в окне давно разрушенной башни...» (306). Всякий согласится с тем, что это одно из самых проникновенных и лирически проясненных мест романа — но невозможно даже теоретически представить этот текст в системе речи романного повествователя!

Заключение

Прежде чем подводить итоги нашего анализа дискурсной структуры газетного и романного текстов, попробуем ответить на один существенный теоретический вопрос: какова, с точки зрения самого феномена дискурсных взаимодействий, может быть типология дискурсов?

Проведем простые, но необходимые различия между типологией и классификацией. Типология определенного класса объектов или явлений в обязательном порядке учитывает природу и сущность этих объектов и явлений (как это видится в рамках определенной научной парадигмы) и отражает *при-сущие* им особенности. Классификация может ограничиваться внешними признаками, без учета сущностных особенностей классифицируемых объектов и явлений.

Обратимся к несколько нелепому, но при этом простому и показательному примеру. В аудитории сидит группа студентов. Задача: построить ряд двучленных классификаций по общему основанию (любимейшая форма классификаторов). Выбираем основанием количество опор (ног, ножек, подпорок и т. д.) у находящихся в аудитории объектов. Получаем: с одной стороны, объекты на четырех опорах (столы и стулья), с другой стороны — объекты на двух опорах (студенты). Выбираем основанием вес объектов. Получаем, к примеру: объекты с весом до 1 кг — книги и канцелярские принадлежнос-

ти, объекты с весом свыше 1 кг — столы, стулья и студенты.

С формальной точки зрения это абсолютно правильные классификации — однако они не учитывают типологических особенностей классифицируемых объектов. Если же мы вводим типологический аспект, то мы сначала отделим от всего прочего, что находится в аудитории, студентов как одушевленных существ, и только потом будем разбираться с признаками уже разделенных классов людей и вещей.

Разумеется, в реальности науки не существует чистых типологий и чистых классификаций — классификации, как правило, строятся с учетом типологических особенностей явлений и предметов, а типологии нередко учитывают их внешние признаки. Однако нам важно установить сам принцип разделения этих двух подходов.

Перейдем непосредственно к проблеме типологии дискурсов.

Дискурсогенные факторы

Развивая идеи, высказанные во введении к данной книге, сформулируем основное утверждение: принципиальная сложность коммуникативной деятельности человека и общества приводит к тому, что *дискурсогенными факторами* выступают многие и существенно различные по своей социально-коммуникативной природе явления и моменты.

Основным дискурсогенным фактором выступает социокультурный феномен *общности* людей. Мы совершенно намеренно выбираем столь нетерминологичное слово, поскольку нам важно подчеркнуть предельную широту этого критерия. Можно говорить об *институциональной* общности людей (сфера образования, наука, медицина, бизнес, бюрократия,

политические партии, церковь и т. д.), о *ситуативной* общности (очередь в магазине, компания в поезде, люди на автобусной остановке и т. д.), об *интерперсональной* общности (семья, дружеская компания, влюбленная парочка и т. д.), о предельно различной в своих проявлениях *субкультурной* (в том числе *культурно-возрастной*) общности (автомобилисты, болельщики, байкеры, городская молодежь, пенсионеры и др.). Общность может быть и собственно *персонального* характера, поскольку каждый человек склонен регулярно обращаться к самому себе в рамках определенного автокоммуникативного формата своей личности (в мечтах, в самоанализе, в стихотворчестве, в конце концов, сидя в одиночку за бутылкой, и т. д.). Наконец, общность людей может простирается не только в пространстве и времени социальных, личностных и бытовых отношений, но и в пространстве и времени *духовной культуры*, и находить свои дискурсивные выражения в литературе, театре, кино, философии, религии и др.

Подчеркнем, что, перечисляя типы и виды человеческих общностей, мы не ставим своей задачей предложить некую исчерпывающую панораму этого феномена, а стремимся показать широту его проявлений, существенных для образования и функционирования дискурсов.

В значительной степени связанным с первым фактором, но вместе с тем ни в коей мере не сводимым к нему выступает фактор *тематической целостности* дискурса. Сразу уточним: данный фактор включает в себя также определенную *проблематическую* и *концептуальную* целостность. Иначе говоря, речь идет о такой *теме*, которая является *проблемной* в том или ином отношении и которая связана с определенным *комплексом концептов* в рамках определенной ментальности. Таковы, в частности, од-

нозначно негативные темы преступности, наркомании, коррупции, терроризма, однозначно позитивные темы трудового и ратного героизма, культурно-исторического наследия, спорта, защиты детства и материнства, и амбивалентные темы политических выборов, экономических реформ, будущего страны и др.

Дискурсогенная тема может обладать полной или относительной устойчивостью (например, о преступности говорят всегда), а может быть только ситуативно актуальна: так, осенью 2003 года в Новосибирске все говорили о землетрясениях — поскольку в начале сентября в этом городе было землетрясение средней степени, крайне редкое для этой местности. Масштаб актуальности дискурсогенной темы также может быть различен: о землетрясении или крупном пожаре говорит весь город, а рождение ребенка является актуальной дискурсогенной темой для семьи и родственников.

Как отмечалось выше, тематический фактор нередко оказывается связанным с фактором социокультурной общности. Простые примеры можно взять из сферы институциональных общностей, как правило, сопряженных с достаточно определенной тематикой дискурса (например, дискурс той или иной научной дисциплины). Пределом такого сопряжения являются собственно профессиональные дискурсы (железнодорожников, медиков, программистов и т. д.).

Еще одним дискурсогенным фактором, вступающим во взаимодействие с предыдущими факторами и в то же время принципиально не сводимым к ним, выступают *коммуникативные стратегии построения высказывания*, такие как собственно нарративность, интрига, авантюренность, пуантированность, агональность и др. В рамках конкретных высказы-

ваний коммуникативные стратегии могут по-разному сочетаться друг с другом.

В принципе, всякий дискурс обладает своим характерным набором коммуникативных стратегий (и мы неоднократно обращали на это внимание в нашем анализе), но в данном случае — и этот момент мы акцентируем — некоторые коммуникативные стратегии сами выступают как ведущие основания для формирования определенных дискурсов. Таковы, в частности, *нарративный* и *агональный* дискурсы как таковые, но обретающие конкретные формы в сопутствующих институциональных дискурсах литературы, театра и кинематографа, с одной стороны, и политики и рекламы, с другой¹.

Сформулируем теперь наш главный тезис в более разработанной форме: дискурсогенные факторы могут выступать основанием для образования и функционирования дискурсов *в разных сочетаниях, а также в различной мере своей релевантности и интенсивности.*

Еще о порядке дискурсов

Попробуем теперь не просто перечислить (как мы это делали выше), но описать в рамках *многофакторной типологической модели* (= своеобразной системы координат) дискурсы, выделенные нами в текстах «Комсомольской правды» и в романе «Generation “П”».

Начнем с газеты. Первый и самый универсальный — это дискурс *повседневности*, или *обиходного общения*. Фактор общности играет в образовании этого дискурса решающую роль: повседневный дис-

¹ Более строгая теория коммуникативных стратегий как универсальных оснований дискурса предложена в работе: *Тюпа В. И.* Основания сравнительной риторики // Критика и семиотика. Новосибирск, 2004. Вып. 7. С. 66—87.

курс складывается из открытого множества субдискурсов, опирающихся на различные *обыденные ситуации, объединяющие людей*. При этом сам характер общности может быть различным: люди могут не знать друг друга или только что познакомиться (прохожие на улице или попутчики в дороге), знать друг друга достаточно формально (коллеги по работе), находиться в дружеских или родственных отношениях. Соответственно, ситуационные общности повседневного дискурса могут опираться на *институциональное* или *интерперсональное* начало.

В структуре повседневного дискурса закономерно развиваются *тематические* субдискурсы по той простой причине, что в рамках обиходного общения говорят *обо всем, что интересно* участникам общения. При этом тематические субдискурсы в составе повседневного общения бывают относительно *устойчивыми* — но преимущественно в случаях интерперсонального или институционального общения — например, субдискурс о шалостях забавного котенка в семье или субдискурс о грядущих сокращениях на службе. *Неустойчивые* тематические субдискурсы опираются на тему (или сводимую к теме новость, событие, сенсацию), временно заинтересовавшую всех и вся — катастрофа самолета, землетрясение или наводнение, Олимпийские игры и т. п.

В структуре повседневного дискурса находят свое специфическое выражение и базовые коммуникативные стратегии построения высказывания как такового. Такова, в первую очередь, *стратегия прямого информирования* адресата. Весьма характерна для повседневного общения и *стратегия нарративности* — мы часто и много *рассказываем* друг другу в ситуациях повседневности, и поэтика/риторика повседневных нарративов разработана еще далеко не полностью. Далее, обиходное общение — особенно

в формате интерперсональных отношений — может быть *агональным*, направленным на непрямоe убеждение собеседника или склонение его к определенной линии поступка и поведения, или отношения к ситуации, другим людям, самому себе и др.

К повседневному дискурсу примыкают и относительно самостоятельные *тематические* дискурсы, выделенные нами при анализе газеты: дискурсы *сенсации*, *справедливости*, *«болезненного сравнения»*, *«верхов»* («власть имущих», *номенклатуры*). Все они опираются на весьма актуальные и проблематичные для российской ментальности концепты, и в силу этого интенсивно эксплуатируются средствами массовой информации, которым ежедневно нужно говорить людям то, о чем люди сами говорят между собой.

Относительно самостоятелен выделенный нами *технический профессиональный* дискурс — и самостоятелен он потому, что в своей тематической основе он опирается на фактор *институциональной* общности. Анализ газетного текста с очевидностью показывает, что данный дискурс оказывается только временно (по случаю подходящей *темы*) и редуцировано вовлеченным в рамки массовой газеты, в отличие от перечисленных выше тематических субдискурсов, которые, в силу их причастности к повседневному дискурсу, вместе с последним полностью поглощены газетой.

Собственно *институциональным* по характеру фактора общности является *политический* дискурс, который в рассмотренных газетных текстах выступает, как минимум, в трех разновидностях — это дискурс *политического официоза*, *предвыборный* дискурс и *публичный* политический дискурс с ярко выраженной коммуникативной стратегией полемики. Отметим также, что чрезвычайно важную роль в формировании политического дискурса принимает

и фактор агональной стратегии построения высказывания. Более чем естественно, что политический дискурс в своем полюсе публичности активно взаимодействует с институциональным началом средств массовой информации.

Достаточно гибко газета взаимодействует и с другой группой дискурсов, в формировании которых также доминирует начало институциональной общности, — это дискурс *российского государственно-официоза*, *бюрократический* дискурс и *церковно-православный* дискурс. Выше мы писали о том, что данные дискурсы объединяет своего рода культурная выделанность, приподнятость над сферой человеческого обихода. Это говорит о том, что в формировании данных дискурсов играет важную роль начало *культурной общности*: первый погружен в высокие темы русской истории, второй отражает культуру российской документалистики, третий воплощает в себе российскую церковно-православную культуру. *Тематичность* первого и третьего дискурсов, равно как и особенные коммуникативные стратегии второго дискурса выражены достаточно отчетливо.

Остается группа дискурсов, в формировании которых ведущее начало принадлежит третьему из выделенных нами дискурсогенных факторов — стратегиям построения высказывания. Подчеркнем — данный фактор является ведущим, но не единственным для таких дискурсов, и они, каждый по-своему, опираются на факторы общности и тематической целостности.

Таковым может показаться (как показался нам вначале) *дискурс нейтрального информирования* — с одной только милой оговоркой, что такого дискурса в принципе *не существует*, поскольку не бывает и не может быть нейтрального информирования — как не может быть бартовского письма «нулевой степени». Любое информирование является в том или

ином отношении *заинтересованным* — важно только определить, идентифицировать эту заинтересованность, зачастую скрытую или просто стертую, уже не замечаемую коммуникантами. Такой затертый характер заинтересованности носит информационная стратегия и в средствах массовой информации — и мы попытались раскрыть существо этой заинтересованности во второй главе первой части, характеризуя журналистский концепт *картины дня*.

«Беллетристический» дискурс, как разновидность дискурса *нарративного*, опирается на коммуникативную стратегию внесения *интриги*, зачастую детективно или мелодраматично поверхностной, в издаваемую газетную историю, в результате чего в этой истории появляется смысловое противоречие, или собственно *завязка*, развязки которой ожидает читатель.

Может ли принцип внесения интриги формировать свой собственный дискурс (а не только выступать сопутствующей стратегией) — это открытый вопрос. Позволим предположить существование положительного ответа. Так, персональный дискурс социального психопата преимущественно опирается на стратегию интриги. Любопытно, что и в журналистике существует своего рода информационно-психопатический дискурс, формирующийся на основе стратегии интриги, — чтобы в этом убедиться, достаточно полистать хронику желтой прессы или прокрутить заголовки сообщений о мировых новостях в массовых Интернет-изданиях.

«Советский» дискурс, как мы его называли выше, также опирается на определенную совокупность стратегий построения высказывания — в различных аспектах они описаны в работах П. Серию, М. Липовецкого, Ю. В. Шатина и др.² У этого дискурса есть

² См., например: *Серию П.* Русский язык и анализ

своя нарративная поэтика и своя агональная риторика — и он в целом еще ждет своего фундаментального исследования в отечественной филологии.

Дадим краткую факторную характеристику еще нескольким дискурсам, не затронутым в явной форме в нашем анализе газеты.

Спортивный дискурс, которому, кстати, посвящена целая полоса рассмотренного номера «Комсомольской правды», формируется под воздействием сочетания доминантного фактора общности и сопутствующего тематического фактора. Фактор общности, в свою очередь, включает два сопряженных, но различных вектора — вектор субкультуры болельщиков и вектор институционального начала индустрии и политики спорта (клубы, команды, спортивные ассоциации и комитеты и т. д.). Кроме того, большое влияние на формирование функционирования спортивного дискурса оказывает институциональное начало средств массовой информации — вплоть до создания специализированных спортивных газет и журналов.

Рекламный дискурс, находящий свое отражение и применение в газете, также опирается на доминантный фактор общности — но в данном случае общности мира потребительских услуг и товаров, мира розничной продажи и ежедневных материальных забот обывателя. С другой стороны, рекламный дискурс не может существовать вне базовой стратегии агональной коммуникации. Современный рек-

советского политического дискурса: анализ номинализаций // Квадратура смысла. М., 1999. С. 227—383; *Липовецкий* М. Русский постмодернизм: Очерки исторической поэтики. Екатеринбург, 1997; *Шатин* Ю. В. Исторический нарратив и мифология XX века // Критика и семиотика. Новосибирск, 2002. Вып. 5. С. 100—108; *Шатин* Ю. В. Политический миф и его художественная деконструкция // Критика и семиотика. Новосибирск, 2003. Вып. 6. С. 67—78.

ламный дискурс также немислим и вне взаимодействия с институциональным началом средств массовой информации — этот тезис настолько очевиден, что не нуждается в обосновании. Вместе с тем рекламный дискурс в своих универсальных тематических и ситуативных возможностях вторгается в мир повседневности — и посредством газет, радио и телевидения конструирует искусственного двойника этого мира, наполненного товарной мифологией.

Остается собственно *журналистский* дискурс и его ведущая разновидность — дискурс *газетный*. В формировании этого дискурса, безусловно, доминантная роль принадлежит началу институциональной общности средств массовой информации. При этом, поскольку СМИ в целом взаимодействуют с массовой аудиторией, журналистский дискурс становится подобен дискурсу повседневному в своем моделировании тематического и ситуативного универсализма. В повседневной жизни говорят *езде и обо всем* — но и СМИ говорят *обо всем, что происходит везде*. В этом причина всеядности журналистского дискурса, поглощающего вместе с элементами информации их первоначальную дискурсную форму, а порой и целенаправленно, в рамках коммуникативных стратегий иронии и карнавального смеха, устраивающего игру дискурсами как таковыми.

Вместе с тем, как мы указывали выше, журналистский дискурс может концентрироваться вокруг другого полюса образующих его факторов — а именно, вокруг интерперсонального полюса общности уникальных в своей духовной индивидуальности журналиста-автора и читателя. Здесь массовости не больше, чем в художественной литературе. Что касается третьего дискурсогенного фактора, в журналистском дискурсе ключевая роль отводит-

ся стратегии нарративности, поскольку это *сообщающий*, а значит, *рассказывающий* дискурс.

Перейдем к роману. В порядке необходимого уточнения оговоримся, что мы поместили в данный перечень только те дискурсы, которые представлены в тексте «Generation “П”» в явной форме и которые поэтому можно идентифицировать как таковые в относительной независимости от художественного контекста произведения.

Правомерна ли вообще такая операция по отношению к тексту художественного произведения? В данном случае мы склонны ответить на этот вопрос положительно. «Вынимая» те или иные дискурсы из текста романа, мы не разрушаем поэтическое основание этого произведения. Дело в том, что «Generation “П”», как роман неклассического типа, не предъявляет нам некоей художественной целостности, замкнутой и самодостаточной в своем тексте. Это произведение интер- и полидискурсивно и открыто в обоих направлениях, как внутрь, в себя, так и наружу, — об этом красноречиво говорит огромное количество бродящих в обиходно-интеллектуальном дискурсе словечек и фраз из этого романа (например, полюбившийся народу «Небухаданаззер» встречается в Интернете в различных частных текстах десятки раз).

В целом проанализированный романский текст дает весьма интересный материал для типологического сопоставления дискурсов.

Так, на первое место в ряду текстуально выделенных дискурсов романа мы ставим *рекламный дискурс*. В художественной системе романа этот дискурс выполняет ключевую роль. Можно сказать — и с риторической точки зрения это будет совершенно точно — что рекламный дискурс и является действительным главным героем произведения,

не более чем только по фабульной необходимости персонифицированным различными персонажами, будь то Татарский, Морковин, Пугин, Ханин, Азатовский и др.

К развернутым выше характеристикам рекламного дискурса можно добавить, что реклама не только способна внедряться в тексты иной дискурсной природы (будь то газета или роман) — она сама строится на смещении и столкновении дискурсов, высекая тем самым новые смыслы и, следом за ними, новые коды. Позволим себе предположить, что столь богатые семиотические возможности рекламного дискурса могли послужить объективным основанием для развернутого включения этого дискурса в структуры текста пелевинского романа. Реклама, войдя в романский текст, неизбежно раздвинула его собственные дискурсные горизонты и способствовала формированию романа как интердискурсивного произведения, принципиальной открытого во внешние сферы коммуникативного пространства современного российского общества.

К собственно рекламному дискурсу примыкает *дискурс профессиональных рекламистов*, являющийся своеобразной изнанкой первого. Этот дискурс характерно проявлен в речи первых наставников нашего героя — Морковина, Пугина и Ханина.

Дискурс откровения (сокровенного знания), отсылающий нас к многообразной традиции пророчеств и священнописания, предполагает наличие даже не интерперсональной, а, скорее, *трансперсональной* общности коммуникации (всякий пророк в своих духовных исканиях и обретениях всегда обращается к некоему высшему источнику откровения). При этом в структуре своего субъекта данный дискурс опирается и на характерную персональную позицию автокоммуникации (всякий пророк, обращаясь

к высшему источнику откровения, вместе с тем беседует и с самим собой). Дискурс откровения совмещен с базовой коммуникативной стратегией, существо которой заключено уже в его названии, — стратегией открытия (и развертывания со стороны высшей силы) некоего до той поры сокровенного знания, которое облечено либо в форму мифологических повествований, либо в форму эсхатологических предсказаний.

Предложив, таким образом, краткие характеристики двум основным текстуально выделенным дискурсам романа, обратим внимание еще на один дискурс, отчетливо проявляющий себя не в отдельных текстах, а в самой речи персонажей романа — но при этом не изображенный (в качестве «реалистической» черты персонажей»), а подобно рекламе говорящий в романе сам за себя. Мы имеем в виду занимающий весьма энергичную позицию в художественной системе романа *дискурс новых русских*, если его можно так назвать. Сразу подчеркнем, что это *не стиль, и не манера* (попробуйте рассказать по-новорусски, например, о постановке балета «Лебединое озеро», и вы вызовете только смех — именно этим обусловлен комический эффект попытки Азадовского поведать Татарскому мифологию пятилапого пса). Это не стиль — это именно дискурс, со своей характерной интерперсональной общностью «братков», со своими характерными коммуникативными стратегиями (в их числе — социальное маркирование, повышенная перформативность высказываний и др.), со своими жанрами и концептуальными темами (преимущественно экзистенциальными в своем характере — и неслучайно страстную речь об униженном достоинстве России произносит в романе именно Вовчик Малой), и, конечно же, со сво-

ей своеобразной стилистикой, которая и становится заметной в первую очередь.

Остается еще ряд дискурсов, выделенных нами в персонажной речи и в самой повествовательной речи романа — но данные дискурсы уже получили достаточно детальную характеристику выше, применительно к анализу текстового материала газеты. Напомним о них по ключевым примерам из текста романа. Это *«советский» дискурс* (например, проявляющийся в тексте по поводу словечка «дизайнер», «прижившегося в великом русском языке по лингвистическому лимиту, до первого серьезного обострения международной обстановки» — с. 11—12; курсив наш. — И. С.); *бюрократический дискурс* («... вечность, в которую он (Татарский. — И. С.) раньше верил, могла существовать только на государственных дотациях — или, что то же самое, как нечто запрещенное государством) и *технический дискурс* (продолжаем цитату: «А ей (Маньке из обувного — И. С.), точно так же, как ему самому, эту сомнительную вечность просто вставляли в голову в одном контейнере с природоведением и неорганической химией» — с. 15—16; курсив наш. — И. С.).

Множественность дискурсных классификаций

Вернемся к главным тезисам. Мы выделили три разноприродных и сложных в своей структуре дискурсогенных фактора — фактор общности, фактор тематичности и фактор базовых коммуникативных стратегий построения высказывания. Данные факторы в своих различных сочетаниях и в разной степени релевантности и интенсивности выступают основаниями для образования и функционирования дискурсов. Это означает, что дискурсы как таковые далеко не всегда и не все могут быть поставлены на одну общую платформу и быть сопоставимы друг с другом. Так, нарративный дискурс не сопоставим с

повседневным, поскольку является одной из граней последнего, но в той же мере, если не в большей, он характеризует и литературно-художественный дискурс. Агональный дискурс в аналогичных отношениях находится с рекламным и политическим дискурсами. Тематические дискурсы, как правило, функционируют в составе повседневного и журналистского.

Все это позволяет утверждать, что *общая типология* дискурсов может быть только *многомерной* и *многосекторной*. Поэтому невозможно построить *общую и исчерпывающую классификацию* дискурсов — она неизбежно будет логически противоречивой. А всякая непротиворечивая классификация дискурсов, соответственно, будет заведомо неполной. Таких неполных классификаций дискурсов может быть много (поскольку существует множество классификационных оснований), и эти классификации могут находиться не более чем в отношениях взаимной дополнительности.

Газета и роман

Сформулируем последние замечания и выводы.

«Комсомольская правда» как современная российская массовая газета реализует в своих текстах разносторонний в коммуникативных стратегиях *ансамбль дискурсов*, объединенных в единое динамическое целое посредством универсального *газетного дискурса* — одного из основных в системе коммуникативного функционирования средств массовой информации.

Спектр дискурсов, охваченных газетой, весьма широк и основательно вторгается в три основные дискурсные сферы коммуникативной деятельности человека и общества — в повседневность, социальные институты и культуру. Это позволяет говорить о принципиальной дискурсной полноте га-

зетного текста и, далее, утверждать, что газета как таковая существенна не только как носитель и создатель новостей, мнений и оценок происходящего, но и как *среда дискурсных взаимодействий*, приобщаясь к которой, читатель обретает необходимую для себя полноту и многогранность коммуникативного пространства — ту полноту, которою невозможно обрести в собственной жизненной деятельности, по определению частной и фрагментарной.

Роман В. Пелевина «Generation “П”» как произведение интер- и полидискурсивного характера, в свою очередь, обнаруживает предельную широту дискурсного диапазона. Текст этого произведения принципиально разомкнут, открыт для мира нелитературных дискурсов, и составляет одно целое с коммуникативным пространством современного российского общества.

Роман отвечает риторике дискурсных смещений и на уровне своей, так скажем, *художественной философии*. В отличие от ненастоящих, как бы нарисованных философий, наполняющих в романе дискурс откровения (сокровенного знания), данная философия настоящая, и выражена она в *образах и живом фабульном действии*, как и подобает в художественном произведении. Мы бы назвали ее философией дискурса как такового (при всем ироническом отношении ментального мира, созданного В. Пелевиным, к самой категории дискурса) — и раскрывается эта философия в системе образов, которую, воспользовавшись недавно вошедшим в оборот словечком, можно свести к обобщающему понятию «*телемашины*»³.

³ См., в частности, материал А. Субботина «Мерзость и обаяние голубого экрана» в «Газете.Ru» за 16 декабря 2000 года.

По существу, телемашина и есть институциональное воплощение теле-дискурса, это, собственно, сращение медийного дискурса и телевидения как системы «средств массовой информации» со всеми его структурами, иерархиями, работниками, авторами, ведущими и т. д., а также с коллекциями героев, персонажей, фигурантов, выдуманных, невыдуманных и додуманных. Как объяснял однажды Татарскому мудрый Морковин: «По своей природе любой политик — это просто телепередача» (230).

Собственно, именно к этому монстру — телемашине — в полной мере относится ключевое положение книги: «The medium is the message». Телемашина самодостаточна: по словам все того же Морковина, «Комитет-то мы межбанковский, это да, только все банки эти — межкомитетские. А комитет — это мы». Значит, вторит приятелю Татарский, «... те определяют этих, а эти... Эти определяют тех», и задает главный вопрос: «А на что же тогда все опирается?» (241). В отличие от героев романа, отвлекающих себя щипками от попыток ответить на этот вопрос, предложим возможный ответ: «все опирается» именно на дискурс, составляющий существо телемашины, по природе своей дискурс медийный, но сросшийся с началами политики и власти и наполненный агональными стратегиями «шизоманипулирования» (282).

В целом, сопоставляя в рамках одного исследования и одного подхода газету и роман, мы тем самым отнюдь не собирались утверждать и доказывать, что роман Пелевина происходит из современной массовой газеты, или же написан по некоему дискурсивному подобию газеты. Тем более мы не собирались утверждать обратного — что современная массовая российская газета, так сказать, напрямую заимствует опыт постмодернистского романа. По крупному

счету, таблоиду нет никакого дела до того, что происходит в литературе — кроме внешних сенсаций и скандалов, разумеется.

Существо вопроса, на наш взгляд, заключается в другом — а именно, в *типологическом сходении самих риторических принципов текстообразования* в современной газете и современном романе, в пространстве медиа и в мире литературы, а значит, это феномен, вызванный к жизни действием единых факторов. Причины дискурсных смещений — в самой жизни, окружающей нас и дающей начало новой риторике социокультурных коммуникаций, а при этом, может быть мимоходом, продуцирующих и эстетические смыслы, значимые для нашего современника и находящие свое выражение в литературе.

Литература

Алексидзе А. Д. Мир греческого рыцарского романа XIII—XIV в. Тбилиси, 1979.

Ансит Т. Н. Повесть о Францеле Венециане — памятник русской литературы первой трети XVIII в. Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Л., 1985.

Аристотель. Поэтика (Об искусстве поэзии) / Пер. В. Г. Аппельрота. М., 1957.

Арутюнов А. Р., Чеботарев П. Г. Справочник «Интенции диалогического общения и их стандартные реализации» (Проект «Банки методических данных»: каталог коммуникативных единиц, интенции) // Русский язык за рубежом. 1993. № 5—6. С. 75—82.

Ауэрбах Э. Мимесис: изображение действительности в западноевропейской литературе. М., 1976.

Барт Р. S/Z. М., 2001.

Бахтин М. М. Вопросы литературы и эстетики. М., 1975.

Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества. М., 1979.

Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть. М., 2000.

Бурдые П. О телевидении и журналистике. М., 2002.

Витгенштейн Л. Философские исследования // Философские работы. М., 1994. Ч. 1.

Вьготский Л. С. Мышление и речь. М., 1999.

Гаспаров Б. М. Литературные лейтмотивы: Очерки по русской литературе XX века. М., 1994.

Генис А. Феномен Пелевина // Общая газета. 1999. № 19.

Гойхман О. Я., Надеина Т. М. Основы речевой коммуникации. М., 1997.

Грайс Г. П. Логика и речевое общение // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 16. Лингвистическая прагматика. М., 1985. С. 217—237.

Греймас А.-Ж., Курте Ж. Семиотика. Объяснительный словарь теории языка // Семиотика. М., 1983. С. 483—550.

Гудков А. Д., Дубин Б. В. Литература как социальный институт. М., 1994.

Дарвин М. Н. Семиотика текста в системе художественного творчестве (поэт, рукопись, книга) // Критика и семиотика. Новосибирск, 2001. Вып. 3—4. С. 175—180.

Демьянков В. З. Англо-русские термины по прикладной лингвистике и автоматической переработке текста. Вып. 2. Методы анализа текста // Всесоюзный центр переводов. Тетради новых терминов. М., 1982. Вып. 39.

Демьянков В. З. Событийность в языке средств массовой информации // Язык средств массовой информации как объект междисциплинарного исследования: Тезисы докладов Международной научной конференции. Москва, филологический факультет МГУ им. М. В. Ломоносова, 25—27 октября 2001 года. М.: МГУ, 2001. С. 59—60.

Демьянков В. З. Политический дискурс как предмет политологической филологии // Политическая наука. Политический дискурс: История и современные исследования. М.: ИНИОН РАН, 2002. № 3. С. 32—43.

Дмитриев А. В. Современная мифология как элемент структуры романа В. Пелевина «Generation 'П'» // Гуманитарные исследования: Журнал фундаментальных и прикладных исследований. № 4. Астрахань, 2002. С. 55—60.

Зенкин С. Н. Введение в литературоведение: Теория литературы. М., 2000.

Карасик В. И. Религиозный дискурс // Языковая личность: проблемы лингвокультурологии и функциональной семантики. Волгоград, 1999. С. 5—19.

Карасик В. И. О типах дискурса // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс. Волгоград, 2000. С. 5—20.

Карасик В. И. Языковой круг: Личность, концепты, дискурс. М., 2004.

Кедров К. Влюбленные числа // Русский курьер. 2003. № 92.

Кожин В. Происхождение романа. М., 1963.

Косиков Г. К. К теории романа (роман средневековый и роман Нового времени) // Проблема жанра в литературе средневековья. М., 1994. С. 45—87.

Кузнецов И. В. Проблема жанра и теория коммуникативных стратегий нарратива // Критика и семиотика. Новосибирск, 2002. Вып. 5. С. 61—70.

- Липовецкий М.* Русский постмодернизм: Очерки исторической поэтики. Екатеринбург, 1997.
- Лихачев Д. С.* Поэтика древнерусской литературы. М., 1979.
- Лихачев Д. С.* Развитие русской литературы X—XVII веков // Избранные работы: В 3 т. М., 1984. Т. 1.
- Лотман Ю. М.* Текст в тексте // *Лотман Ю. М.* Об искусстве. СПб., 1998. С. 423—435.
- Лотман Ю. М.* Автокоммуникация: «Я» и «Другой» (О двух моделях коммуникации в системе культуры) // *Лотман Ю. М.* Семиосфера. СПб., 2000. С. 163—176.
- Макаров М. А.* Основы теории дискурса. М., 2003.
- Маклюэн Г. М.* Понимание медиа: Внешние расширения человека. М., 2003.
- Мелетинский Е. М.* Средневековый роман. М., 1983.
- Мелетинский Е. М.* Введение в историческую поэтику эпоса и романа. М., 1986.
- Мелетинский Е. М.* Историческая поэтика новеллы. М., 1990.
- Мелетинский Е. М.* Заметки о средневековых жанрах, преимущественно повествовательных // Проблема жанра в литературе средневековья. М., 1994. С. 7—26.
- Михалина А. А.* «Гистория о Франце Мемзонзилюсе» и ее отношение к фольклору // Материалы ВСНК «Студент и научно-технический прогресс». Филология. Новосибирск: НГУ, 1977. С. 125—135.
- Немзер А.* «Как бы типа по жизни». «Generation “П”» как зеркало отечественного инфантилизма // *Время МН.* 30.03.1999.
- Остин Дж.* Слово как действие // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 17. Теория речевых актов. М., 1986. С. 22—129.
- Пешё М.* Прописные истины. Лингвистика, семантика, философия // Квадратура смысла. М., 1999. С. 225—290.
- Повесть о Петре и Февронии / Подгот. текста и исслед. Р. П. Дмитриевой. Л., 1979.
- Политическая наука. Политический дискурс: История и современные исследования. М.: ИНИОН РАН, 2002. № 3.
- Пропп В. Я.* Морфология сказки. Л., 1928.
- Пропп В. Я.* Трансформация волшебной сказки // *Пропп В. Я.* Фольклор и действительность. М., 1976. С. 153—173.

Пэнто Л. Интеллектуальная докса // Socio-Logos'96. Альманах Российско-французского центра социологических исследований Института социологии Российской Академии наук. М., 1996. С. 32—38.

Рабинович Е. Г. «Жизнь Аполлония Тианского» Флавия Филострата // *Флавий Филострат. Жизнь Аполлония Тианского*. М., 1985. С. 217—276.

Рейнгольд С. Русская литература и постмодернизм // *Знамя*. 1998. № 9. С. 209—220.

Ромодановская Е. К. Русская литература на пороге Нового времени: пути формирования русской беллетристики переходного периода. Новосибирск, 1994.

Руднев В. П. Словарь культуры XX века. М., 1999.

Руднев В. Винни Пух и философия обыденного языка. М., 2000.

Саморукова И. В. Дискурс — художественное высказывание — литературное произведение. Типология и структура эстетической деятельности. Самара, 2002.

Сафронова Л. В. Мифодизайнерский комментарий к текстам Пелевина // *Критика и семиотика*. Новосибирск, 2004. Вып. 7. С. 227—237.

Свердлов М. Технология писательской власти // *Вопросы литературы*. 2003. № 4.

Серво П. Как читают тексты во Франции // *Квадратура смысла*. М., 1999. С. 12—53.

Серво П. Русский язык и анализ советского политического дискурса: анализ номинализаций // *Квадратура смысла*. М., 1999. С. 227—383.

Серль Дж. Классификация иллокутивных актов // *Новое в зарубежной лингвистике*. Вып. 17. Теория речевых актов. М., 1986. С. 170—194.

Силантьев И. В. Ансамбли текстов в словесной культуре нового времени // *Дискурс — 1'96*. Новосибирск, 1996. С. 61—66.

Силантьев И. В. Парадоксальное // *Дискурс — 2'96*. Новосибирск, 1996. С. 108—110.

Силантьев И. В. Парадокс в системе средневекового литературного сюжета // *Материалы к словарю сюжетов и мотивов русской литературы: От сюжета к мотиву*. Новосибирск, 1996. С. 64—76.

Силантьев И. В. Понятие сюжетики и проблема целостности произведения в древнерусской литературе // *Филологические науки*. 1997. № 4. С. 18—23.

Силантьев И. В. От героя сказки к герою романа // Традиция и литературный процесс. Новосибирск, 1999. С. 373—376.

Силантьев И. В. О некоторых теоретических основаниях словарной работы в сфере сюжетов и мотивов // Словарь-указатель сюжетов и мотивов русской литературы. Новосибирск, 2003. С. 160—169.

Силантьев И. В. Поэтика мотива. М., 2004.

Силантьев И. В. Текст в системе дискурсных взаимодействий. Новосибирск, 2004.

Смирнов И. П. От сказки к роману // Труды отдела древнерусской литературы. Л., 1972. Т. 27. С. 284—320.

Слово в действии: Интент-анализ политического дискурса / Под ред. Т. Н. Ушаковой, Н. Д. Павловой. СПб., 2000.

Степанов Ю. С. Альтернативный мир, Дискурс, Факт и принцип Причинности // Язык и наука конца XX века. М., 1995. С. 34—72.

Стросон П. Ф. Намерение и конвенция в речевых актах // Новое в зарубежной лингвистике. М., 1986. Вып. 17. Теория речевых актов. С. 151—170.

Тодоров Ц. Понятие литературы // Семиотика. М., 1983. С. 355—369.

Тюпа В. И. Прологомены к теории эстетического дискурса // Дискурс — 2/96. Новосибирск, 1996. С. 12—15.

Тюпа В. И. Три стратегии нарративного дискурса // Дискурс — 3—4/97. Новосибирск, 1997. С. 106—108.

Тюпа В. И. Парадигмальный археосюжет в текстах Пушкина // *Ars Interpretandi*: Сборник статей к 75-летию профессора Ю. Н. Чумакова. Новосибирск, 1997. С. 108—119.

Тюпа В. И. Очерк современной нарратологии // Критика и семиотика. Новосибирск, 2002. Вып. 5. С. 5—31.

Тюпа В. И. Основания сравнительной риторики // Критика и семиотика. Новосибирск, 2004. Вып. 7. С. 66—87.

Фуко М. Археология знания. Киев, 1996.

Фуко М. Воля к истине: по ту сторону знания, власти и сексуальности. М., 1996.

Хализев В. Е. Драма как род литературы. М., 1986.

Чалкова Т. Ф. О структуре и жанровой специфике Повести о царице и львице // Памятники литературы и общественной мысли эпохи феодализма. Новосибирск, 1985. С. 100—112.

Чепкина Э. В. Русский журналистский дискурс: тексто-порождающие практики и коды. Екатеринбург, 2000.

Шайкин А. А. Сказка и новелла // Известия Академии наук КазССР. Серия общественная. 1973. № 6. С. 47—55.

Шайкин А. А. «Повесть о Дмитрие Басарге и о сыне его Борзосмысле» и народная сказка // Труды отдела древнерусской литературы. Л., 1974. Т. 29. С. 218—223.

Шайкин А. А. «Се повести времяньных лет» От Кия до Мономаха. М., 1989.

Шаманский Д. В. Пустота (Снова о Викторе Пелевине) // Мир русского слова. 2001. № 3.

Шартъе Р. Автор в системе книгопечатания // Новое литературное обозрение. 1995. № 13. С. 188—214.

Шатин Ю. В. Событие и чудо // Дискурс — 2'1996. Новосибирск, 1996. С. 6—11.

Шатин Ю. В. Живая риторика. Жуковский, 2000.

Шатин Ю. В. Исторический нарратив и мифология XX века // Критика и семиотика. Новосибирск, 2002. Вып. 5. С. 100—108.

Шатин Ю. В. Политический миф и его художественная деконструкция // Критика и семиотика. Новосибирск, 2003. Вып. 6. С. 67—78.

Шатин Ю. В. Технология агональной коммуникации. Новосибирск, 2004.

Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса. М., 2004.

Шмид В. Нарратология. М., 2003.

Элиаде М. Аспекты мифа. М., 1995.

Якобсон Р. О. Два аспекта языка и два типа афатических нарушений // Теория метафоры. М., 1990. С. 110—132.

Янко Т. Е. Коммуникативные стратегии русской речи. М., 2001.

Указатель имен

Алексидзе А. Д. 165—166, 209

Апсит Т. Н. 165, 209

Аристотель 103, 209

Арутюнов А. Р. 13, 209

Ауэрбах Э. 103, 209

Барт Р. 48, 128, 209

Бахтин М. М. 11, 16—19, 21, 25, 173, 209

Битов А. 8

Бодрийяр Ж. 116, 209

Булгаков М. А. 34

Бурдые П. 36, 58, 71, 209

Витгенштейн Л. 25, 209

Выготский Л. С. 90, 209

Гаспаров Б. М. 44, 209

Генис А. 144, 209

Гойхман О. Я. 14, 209

Гончаров И. А. 34

Грайс Г. П. 13, 209

Греймас А. Ж. 33, 209

Гудков Л. Д. 28, 210

Дарвин М. Н. 45, 210

Демьянков В. З. 29, 93, 210

Дмитриев А. В. 144, 210

Дмитриева Р. П. 165, 210

Достоевский Ф. М. 33—34

Дубин Б. В. 28, 210

Зенкин С. Н. 31, 210

Карасик В. И. 9, 16, 24, 26—28, 35, 210
Кедров К. 127, 210
Кожин В. 166, 210
Косиков Г. К. 166, 210
Кузнецов И. В. 15, 210
Курте Ж. 33, 209

Липовецкий М. 129, 198, 211
Лихачев Д. С. 32, 172, 211
Лиотар Ж.-Ф. 129, 211
Лотман Ю. М. 89, 141, 211

Макаров М. Л. 9, 13, 23, 211
Маклюэн Г. М. 101—102, 211
Мелетинский Е. М. 166, 171—174, 211
Михалина А. А. 165, 211

Набоков В. В. 34
Надеина Т. М. 14, 211
Немзер А. 166, 211

Остин Дж. 13, 211

Павлова Н. Д. 13, 213
Пелевин В. 12—13, 34, 39, 42, 127, 131, 133, 155, 166
Пешё М. 31, 211
Пропп В. Я. 99, 165—168, 211
Пэнто Л. 71, 212

Рабинович Е. Г. 175, 212
Рейнгольд С. 129, 212
Ромодановская Е. К. 165, 212
Руднев В. 25, 48, 212

Саморукова И. В. 129, 212
Сафронова Л. В. 133, 212
Серио П. 63, 198, 212
Серль Дж. 13, 212
Силантьев И. В. 33, 44, 56, 71, 83, 105, 158, 212—213
Смирнов И. П. 165—166, 171, 213
Степанов Ю. С. 10, 88, 141, 213
Стросон П. Ф. 13, 18, 213
Субботин А. 206, 213

Тодоров Ц. 10, 213

Толстой Л. Н. 33

Тюпа В. И. 11, 14, 19, 21, 87, 104, 158, 171, 194, 213

Ушакова Т. Н. 13, 213

Фуко М. 10, 21, 25, 49, 57, 213

Хализев В. Е. 103—104, 213

Чалкова Т. Ф. 165, 213

Чеботарев П. Г. 13, 209

Чепкина Э. В. 9, 214

Чумаков Ю. Н. 158

Шайкин А. А. 165, 214

Шаманский Д. В. 127, 214

Шартье Р. 45, 214

Шатин Ю. В. 38, 81, 95, 114, 120—121, 198, 214

Шейгал Е. И. 82, 214

Шкловский В. Б. 23

Шмид В. 87, 91, 155, 214

Элиаде М. 171, 214

Якобсон Р. О. 91, 214

Янко Т. Е. 14, 214

Терминологический указатель

- авантюриность* 193
автокоммуникация 202
автор 45, 155, 179, 189
агональность 193
адресант 15, 45
адресат 15, 38, 45, 90, 195
анекдот 110—112
ансамбль
дискурсов 205
текстов 37, 43, 39, 78
высказывание 10—11, 13, 15—17, 20, 31, 38, 195
эстетическое 21
волшебная сказка 158, 165—166, 170—172, 174
герой 21, 106, 127, 153, 157, 171—172, 188
дискурс 9—40, 53, 206
агональный 194, 205
бюрократический 82, 159, 196
газетный 44, 61, 93, 200
государственно—исторического официоза 59, 82, 196
журналистский 22, 35—36, 39, 61—62, 200
институциональный 26—27, 30, 83
интерперсональный 30, 45
историософский 32—33
литературно—критический 36
литературно—художественный 20, 33—34, 36
мифологический 147—148
нарративный 164, 177, 183, 194, 198, 204
научный 9, 36
новостной 35
образовательный 9, 20, 36
персональный 26, 76, 198
повседневный 15, 20, 27, 30, 36, 64—65, 79, 149, 194
политический 9, 35, 64, 196
профессиональный 17, 73, 82, 196
публицистический 9, 32

- рекламный 35, 132—142, 150, 156, 199, 201—202
религиозный 9, 28, 32, 36
сенсации 61, 69, 79
спортивный 199
тематический 17, 29—30, 73, 196
технический 74, 82, 160, 196
философский 28
эпистолярный 75
эстетический 9, 20—21, 28
эсхатологический 147
этический 28
дискурсная игра 116, 146
дискурсная роль 21—25
 ведущего 22
 преподавателя 21
 студента 21
дискурсная структура 40, 77, 190
дискурсная форма 20, 200
 лекции 20
 семинара 20
дискурсные взаимодействия 37, 43, 56, 58, 78, 129, 155, 206
дискурсные смешения 37, 128, 131, 155, 157—158, 160, 208
дискурсный анализ 43, 124
дискурсогенная тема 193
дискурсогенный фактор 26, 191, 204
докса 120—121
жанр 11, 17, 19—20, 22, 33
 анекдота 104
 вторичный 19
 первичный 18
 календарный 51
 повседневного дискурса 17
 речевой 17—18, 25
 эпистолярный 75
жанровая система 24
жанровая форма 132
житие 175, 177
завершенность
 интенциональная 11
информационная 11
коммуникативная 13—14
композиционная 11
завязка 99

- индексальный знак* 162
интенциональность 13, 28, 123
 романа 19
интенция 11, 13, 16, 18, 72
 анекдотическая 110
 героическая 153
 игровая 145
 информирования 11, 110
 коммуникативная 17
 учебного примера 14
интердискурсивность 31, 33—34, 36, 155
интерпретация 38, 48, 91
интертекстуальность 31
интрига 68, 99—102, 104, 193
 газетная 99—100
информатив 122
информация 11
коллизия 99
коммуникативная роль 22
коммуникативная ситуация 15—16, 44—45
коммуникативная стратегия 14, 19, 75, 84, 193—195, 200, 203
 агональная 54—55, 141
 дискурса 20
 иронии 200
массовой газеты 43
нейтрального информирования 61
обыденного общения 20
сенсационности 70—71
эстетическая 19
коммуникация 199
 агональная 114—115, 199
 отложенная 15
коннотация 10
концепт 29, 56—57
лингвистика
 коммуникативная 14
 текста 37
лифизм 189
литература
 древнерусская 32
 повествовательная 21

- Средневековья 32
художественная 34
литературная критика 35
литературный этикет 172
массовая аудитория 45
массовая газета 40, 43, 115, 176
мета-сюжет 164, 177
метафора 10, 160—161
метонимия 161—162
нарратив 21, 85, 88—96, 103, 155—156, 160, 175, 182, 195
внутренний 89
газетный 93
повседневный 195
романа 129, 142, 164—165, 176—177
нарративность 193
нарратология 14
нарратор 130, 155—157, 179—181, 187—189
имплицитный 155
романный 179
эксплицитный 155
парадокс 105—106, 112, 120—121, 180—181
персонаж 21, 127, 202
перформатив 121—122
повествователь 155, 157, 188
полидискурсивность 33, 149, 155
газетного текста 56
поэтика 37
историческая 164—165, 171
нарративная 105, 165, 199
постмодернистская 145
предложение 14
преконструкт 63, 157, 185
признак
жанровый 17
коммуникативный 17
текстуальный 17—18
произведение 32
литературное 21, 33
пунктированность 193
развязка 104
рассказчик 155
редактор 45
рема 11

- риторика* 14, 37, 127, 131, 206
 агональная 119
 имплицитная 37—38
- роман* 21, 171, 175
- семиозис* 141
- симулякр* 40, 116
- синтагма
- событий 91
 повествовательная 162
- фабульная 165
- событие* 85, 87—93
- событийность*
 журналистского дискурса 92—93
- лирики 92
- средства массовой информации* 35, 45, 88, 142
- стиль* 128, 203
- субъект*
 высказывания 21, 25
 дискурса 21, 57
 образовательного дискурса 22
- сюжет* 91, 99, 127, 175—177
- инициации 158
- иронический 183
- сюжетика* 176
- сюжетность*
 метафабульная 92
 внефабульная 92
- таблоид* 46—47, 208
- текст* 15—44
- текст в тексте* 131
- тема* 11, 29
- фабула* 91, 99, 131, 134, 137, 166, 169, 171, 175—177
- фабульная мотивировка* 132
- факт* 85—88
- хронотоп* 93—94
- читатель* 45—46, 200
 массовый 59
- языковая игра* 25, 142, 146
- языковая личность* 23

Игорь Витальевич Силантьев
ГАЗЕТА И РОМАН
Риторика дискурсных смещений

Издатель А. Кошелев

Художественное оформление переплета
С. Жигалкина

Оригинал-макет изготовлен Р. Ермолаевым

Корректор Е. Зуевская

Художник-консультант Л. М. Панфилова

Подписано в печать 21.11.2005. Формат 60X90 ¹/₁₆.
Бумага офсетная № 1, печать офсетная. Гарнитура Баскервиль
Усл. печ. л. 14. Тираж 1000. Заказ №

Издательство «Языки славянской культуры».
ЛР № 02745 от 04.10.2000.
Тел.: 207-86-93. Факс: (095) 246-20-20 (для аб. М153).
E-mail: Lrc@comtv.ru Site: <http://www.lrc-press.ru>

*

Оптовая и розничная реализация — магазин «Гнозис».
Тел./факс: (095) 247-17-57, тел.: 246-05-48, e-mail: gnosis@pochta.ru
Костюшин Павел Юрьевич (с 10 до 18 ч.).
Адрес: Зубовский проезд, 2, стр. 1. (Метро «Парк Культуры»)

Foreign customers may order this publication
by E-mail: koshelev.ad@mtu-net.ru
or by fax: (095) 246-20-20 (for ab. M153).