

Степанова Елена Валерьевна

НАЧАЛО РЕДАКЦИОННО-ИЗДАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ Ф. М. ДОСТОЕВСКОГО В ЖУРНАЛЕ "ВРЕМЯ"

В статье рассматривается вопрос издательской деятельности Ф. М. Достоевского, связанной с публикацией журнала "Время". Созданные писателем "Объявление об издании" и "Объявление о подписке" рассматриваются как текст, совместивший черты журналистского, литературного и рекламного текстов, а сама подписная кампания - как продуманная рекламная кампания.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2015/4-1/53.html

Источник

Филологические науки. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2015. № 4 (46): в 2-х ч. Ч. I. С. 174-176. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/2.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2015/4-1/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net
Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: phil@gramota.net

УДК 808.1.070.4

Филологические науки

В статье рассматривается вопрос издательской деятельности Ф. М. Достоевского, связанной с публикацией журнала «Время». Созданные писателем «Объявление об издании» и «Объявление о подписке» рассматриваются как текст, совмещивший черты журналистского, литературного и рекламного текстов, а сама подписная кампания – как продуманная рекламная кампания.

Ключевые слова и фразы: периодические печатные издания XIX в.; Ф. М. Достоевский; издательская деятельность; журналистский рекламный текст; аналитическая журналистика; публикация рекламного характера.

Степанова Елена Валерьевна, к. филол. н.

Саратовский государственный технический университет имени Гагарина Ю. А.

ste-jelena@yandex.ru

НАЧАЛО РЕДАКЦИОННО-ИЗДАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ Ф. М. ДОСТОЕВСКОГО В ЖУРНАЛЕ «ВРЕМЯ»

Синтез рекламного и журналистского текста в средствах массовой информации рассматривается филологами как особый вид творческой деятельности – рекламная журналистика, продуктом которой является рекламный медиатекст, размещаемый в СМИ в виде произведения с целью формирования благоприятного отношения к продвигаемому товару (услуге, событию и др.) и побуждения адресата к определенным действиям [4, с. 99]. Рекламный медиатекст – категория историческая, этот вид творческого текста активно использовался в издательской деятельности XIX в.

Объявление о подписке на периодические издания XIX в. – традиционный объект исследования филологов и историков, рассматривающих подобные тексты с точки зрения общественно-политической направленности, жанрового, стилистического своеобразия. Между тем вплоть до введения в действие Временных правил по печати (5 апреля 1865 г.), разрешивших печатным изданиям публиковать рубрику Объявления и зарабатывать на продаже рекламных мест, Объявление о подписке – было едва ли не единственным печатным рекламным текстом на страницах газет и журналов.

В пореформенную эпоху в обстановке возрастающей капитализации прессы, Объявление о подписке, осуществляя свою основную информационную функцию, выступало значимым звеном в издательской деятельности как коммерческом проекте. Оно привлекало потенциального читателя, побуждало его к приобретению издания, формировало круг подписчиков, определяя тем самым тираж рекламируемой газеты или журнала, принося доход издателю. Убедительным примером успешного экономического существования периодического издания был журнал Современник, тираж которого на пике своей популярности, в 1860-е годы, достигал семи тысяч экземпляров. Предпринимательский талант его главного редактора Н. А. Некрасова ещё в 1840-е гг. отмечал В. Г. Белинский: «нам с вами нечего учить Некрасова... Мы младенцы в коммерческом расчете...» [Цит. по: 5, с. 113]. Успех Современника было сложно повторить, а в числе его ближайших конкурентов были журналы: Русский вестник, Отечественные записки, Русское слово.

В 1858 г. братья Михаил Михайлович и Федор Михайлович Достоевские принимают решение заняться издательской деятельностью. К лету 1860 года ими был определен план издания, составлена его программа. Первоначальный замысел с выпуском еженедельной газеты в итоге окончательно поменялся на журнальный вариант, получивший название Время. Последнее было вызвано рядом объективных причин. Вплоть до конца XIX в. газеты в России проигрывали по своей популярности и, как следствие, по объемам продаж толстым журналам. Около трех веков газетной некомментируемой информации была противопоставлена аналитическая журналистика толстых журналов, отделы которых заполнялись материалами профессиональных журналистов, общественных деятелей, ученых, известных писателей. Поэтому для Ф. М. Достоевского, недавно вернувшегося из ссылки и приступившего к активной литературной деятельности, имевшего журналистский опыт, собственный печатный орган открывал широкие возможности для творческой самореализации, как коммерческий проект журнал мог давать финансовый доход.

18 июня М. М. Достоевский подает Прошение в Санкт-Петербургский цензурный комитет, которое в первых числах июля было удовлетворено, после чего Ф. М. Достоевский приступает к написанию первого программного объявления (следует отметить, что тексты всех объявлений писались Федором Михайловичем, однако печатались за подписью редактора – М. М. Достоевского).

В октябре 1860-го г. в виде отдельных афиш десятистраничное Объявление об издании было разослано издательским конторам нескольких газет и журналов: Сын отечества, Северная пчела, Санкт-Петербургские ведомости, Русский инвалид, Искра, Journal de St.-Petersbourg и др., которые, однако, не поместили его на своих страницах, а прилагали афиши к очередным номерам при их рассылке. Публикация прошла только в Московских ведомостях (27 октября) и Московском вестнике (7 ноября).

Созданное Ф. М. Достоевским Объявление об издании представляет собой вербальный коммуникативный тип рекламного текста. С самого начала писатель раскрывает смысл названия журнала, заявляет о Времени

как о честном и независимом печатном органе, готовом к спору не ради спора, а ради выяснения истины [3, с. 804], формулирует его направление, освещает программу журнала. В заключительной части излагаются условия подписки, указываются адреса контор . Времени.

При всей ограниченности дизайнерских и типографских возможностей черно-белый текст . Объявления... привлекает внимание и производит впечатление. Так, заголовок составлен с учетом психологии зрительного восприятия печатной информации: используются краткие слова и предложения, краткие абзацы, слоган, представляющий собой название журнала и его характеристику, выделен крупным шрифтом: . Сь января 1861 года будет издаваться / **ВРЕМЯ / ЖУРНАЛ ЛИТЕРАТУРНЫЙ И ПОЛИТИЧЕСКИЙ** / Ежемесячно книгами от 25 до 30 листов большого формата [2, т. IV, с. 6].

Основная часть . Объявления... разбита на две колонки, что делает большой по объему текст более читабельным и воспринимаемым. Полемиическая заостренность создает внутритекстовую динамику, по мысли Ф. М. Достоевского именно полемика , придает появлению статьи вид самой насущной необходимости и поражает публику [1, т. 29, кн. 1, с. 18]. Рефреном звучащие местоимения , мы и , наша акцентированы на проводимую писателем идею осознания национальной самобытности. Национальная идея, позднее оформившаяся в почвенничество, выступает как твердо формулируемая писателем программа исторического пути развития России.

Заключительная часть . Объявления... отделена от основной двумя параллельными чертами, размещенными по центру страницы. Она состоит из кратких однопредложных абзацев, констатирующих условия распространения журнала: *«Время» будет выходить каждый месяц, в первых числах, книгами от 25 до 30 листов большого формата, в объеме наших больших ежемесячных журналов / Редакциею будут приняты все меры к правильной и скорой доставке журнала подписчикам. / Цена изданию для Петербурга и Москвы 14 р. 50 к. с пересылкою и доставкою на дом 16 р. сер.* , подробно перечисляются пункты подписки: **В ПЕТЕРБУРГЕ** / В книжном магазине Бабунова, на Невском Проспекте, / в доме Энгельгардта и **В МОСКВЕ** / В книжном магазине Бабунова, на Страстном Бульваре, / в доме Загряжскаго, сообщаются также особенности подписки для иногородних читателей: , ИНОГОРОДНИЕ адресуют свои требования просто: В редакцию Журнала «Время» в С.Петербурге... [2, т. V, с. 14].

Вслед за . Объявлением об издании на страницах отдельных ноябрьских и декабрьских номеров . Санкт-Петербургских ведомостей , Искры, . Московских ведомостей появляется . Объявление о подписке на журнал «Время», которое представляло собой значительно сокращенный вариант первого текста в его основной части. Главное внимание Ф. М. Достоевский сосредотачивает на структуре журнала, а также повторяет условия подписки.

. Объявление о подписке показывает, что работа над журналом и его структурой продолжалась. Уже в ходе рекламной кампании писатель решает на существенные изменения в программе журнала. Так несколько отделов, первоначально заявленных как самостоятельные, были слиты в один, произошли изменения в их названиях, очередности. В целом программа журнала получает большую структурную и логическую стройность, включая в себя вместо отделов: 1) *литературный*; 2) *критика и библиографические заметки*; 3) *статьи ученого содержания*; 4) *внутренние новости*; 5) *политическое обозрение* и 6) *смесь* отделы: 1) *внутренние новости*; 2) *новости иностранных*; 3) *отдел литературный*; 4) *смесь*; 5) *несколько приложений, состоящих из переводных романов*. По сути, произведенная перестановка смещает акцент в характеристике журнала – с , литературного и политического на , политический и литературный. Важной особенностью обоих . Объявлений стало отсутствие в них традиционного для подобных текстов перечня авторов, давших согласие на сотрудничество в издании. По словам Ф. М. Достоевского , Мы... могли бы выставить не одно известное в нашей литературе имя, но нарочно удерживаемся от этого, потому что, при всем уважении к нашим литературным знаменитостям, сознаем, что не они составляют силу журнала» [Там же, т. IV, с. 14, 16]. Нестандартный прием и сделанное по этому поводу заявление вносят дополнительную интригу, в то же время на контрасте с . Объявлениями... других изданий, акцентировавших внимание читателей на именах привлекаемых к сотрудничеству авторов, выгодно отличает . Время.

Заключительным звеном рекламной кампании журнала можно рассматривать и небольшое обращение . От редакции журнала «Время», напечатанное в . Санкт-Петербургских Ведомостях 17 декабря того же года, в котором редакция приглашала всех, кто разделяет воззрения журнала , доставлять <...> известия о всех фактах, стоящих гласности [Там же, с. 18]. Обращение выглядит не как публикация рекламного характера, и даже не как письмо, адресованное подписчикам, а как письмо к каждому конкретному подписчику, неслучайно редакция просит , подписывать имена свои и не скрывать их под псевдонимами [Там же].

Ф. М. Достоевский оказался хорошим копирайтером и PR-стратегом. Созданные им . Объявления... представляют собой синтез литературного, журналистского и рекламного текста, а сам процесс представления нового журнала . Время публике является хорошо спланированной рекламной кампанией. Впоследствии сам писатель признавался: , Успех журнала был неслыханный. Только два журнала имели такой успех сразу: первоначальная «Библиотека для чтения» и первоначальный «Современник» [1, т. 29, кн. 1, с. 177-179]. Уже на второй год своего существования тираж . Времени достигал пяти тысяч экземпляров. Однако на волне успеха в 1863 году деятельность журнал была остановлена решением Цензурного комитета.

Таким образом, издательская деятельность Ф. М. Достоевского в журнале . Время – безусловно, один из ярких творческих периодов его жизни. Она раскрывает писателя как талантливого организатора, редактора, журналиста.

Список литературы

1. Достоевский Ф. М. Полное собрание сочинений: в 30-ти т. Л.: Наука, 1972-1990.
2. Достоевский Ф. М. Полное собрание сочинений: Канонические тексты. Петрозаводск: Изд-во Петрозаводского ун-та, 1995-2010. Т. I-IX (издание продолжается).
3. Захаров В. Н. Гениальный фельетонист // Достоевский Ф. М. Полное собрание сочинений: Канонический текст. Указ. соч. Петрозаводск: Изд-во Петрозаводского ун-та, 2000. Т. 4. С. 801-822.
4. Лободенко Л. К. Особенности аналитических жанров рекламной журналистики // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2014. № 5 (35): в 2-х ч. Ч. 1. С. 99-105.
5. Скатов Н. Н. Некрасов. М.: Молодая гвардия, 2004. 426 с.

BEGINNING OF F. M. DOSTOYEVSKY'S PUBLISHING IN THE MAGAZINE "ВРЕМЯ" (TIME)

Stepanova Elena Valer'evna, Ph. D. in Philology
Yuri Gagarin State Technical University of Saratov
ste-jelena@yandex.ru

The article touches on F. M. Dostoyevsky's publishing connected with the publication of the magazine "Время" (Time). Created by the writer "Announcement on the Publication" and "Announcement on Subscription" are looked upon as the text which combined the features of journalistic, literary and advertising texts, and the subscription campaign itself – as the considered advertising campaign.

Key words and phrases: periodicals of the XIX century; F. M. Dostoyevsky; publishing; journalistic advertising text; analytical journalism; advertising publication.

УДК 821.133.1=821.161.1

Филологические науки

Статья представляет собой обзор неопубликованных переводов Ф. Сологуба из поэзии В. Гюго, обнаруженных в архиве Ф. Сологуба в Рукописном отделе ИРЛИ (Пушкинский Дом) РАН. В статье представлен ранее не издававшийся перевод «Не бойтесь, верьте!», проводится сравнительный анализ раннего и позднего переводов стихотворения «N'importe, ayons foi! Tout s'agite...», определяется тенденция развития переводческой стратегии Ф. Сологуба.

Ключевые слова и фразы: неизданные переводы; французская поэзия; художественный перевод; русские поэты-переводчики; переводческая стратегия.

Стрельникова Анна Борисовна, к. филол. н., доцент
Национальный исследовательский Томский политехнический университет
annas24@yandex.ru

ПОЭЗИЯ В. ГЮГО В ПЕРЕВОДАХ Ф. СОЛОГУБА: О ДВУХ ВЕРСИЯХ ОДНОГО ТЕКСТА[©]

В историю русской литературы Федор Сологуб вошел не только как поэт и драматург, автор романов, повестей и рассказов, но и как переводчик поэзии и прозы главным образом с французского и немецкого языков. Так же, как и в собственном творчестве, в переводе Сологуб пробовал себя в разных жанрах – стихотворение, поэма, повесть, роман, пьеса. Переводы Ф. Сологуба неоднократно становились предметом научного интереса российских исследователей: В. Е. Багно [1], П. Р. Заборова [2], Т. В. Мисникевич [3; 4], М. М. Павловой [5].

Сологуб мало переводил, на заказ, гораздо чаще переводы были вызваны личным интересом к творчеству того или иного писателя, а уже потом принималось решение, будет ли текст издаваться. В некоторых случаях Сологубу не удавалось опубликовать уже готовый перевод, а иногда он по собственной воле, придерживал переводное произведение. Все это является объяснением тому, что в архиве писателя (рукописный отдел ИРЛИ, Пушкинский дом РАН) существуют неизданные переводы, изучение которых, во-первых, воссоздает сюжет восприятия французской поэзии в России начала XX века, а во-вторых, способствует пониманию художественно-эстетического сознания Ф. Сологуба.

Ф. Сологуб много переводил с французского, изучать который начал самостоятельно с конца 1870-х гг., взявшись за перевод учебника по геометрии и пытаясь читать в оригинале Верлена. Помимо стихотворений Ш. Бодлера, П. Верлена, А. Рембо, С. Малларме, М. Метрелинка, Сологуб перевел некоторые произведения В. Гюго. Общеизвестными стали два ранних перевода, опубликованные при жизни Ф. Сологуба, – «О, верьте, верьте! к жизни новой...» (вышел в 1905 году в журнале «Наша жизнь») и «Порой, когда все спит...» (опубликован впервые в 1898 году в издании «Новый журнал иностранной литературы, искусства и науки», затем перевод вошел в сборник 1908 года «Избранные стихотворения в переводах русских поэтов», и позже в собрания сочинений В. Гюго 1915 г. и 1988 г.). В архивном фонде сохранились переводы еще 11 текстов, выполненные в 1923 г.

В это время в послереволюционной России, когда собственные произведения автора не печатают, Сологуб работает в основном с переводом. Благодаря своей репутации переводчика в апреле 1924 года Сологуб возглавляет Секцию переводчиков в Союзе писателей. В 20-е гг. он берется за перевод поэмы «Мирей»

[©] Стрельникова А. Б., 2015