

Оксана Юрьевна Васильева

Омский государственный университет им. Ф. М. Достоевского, кандидат филологических наук, доцент,
доцент кафедры русского языка, литературы и документных коммуникаций, Омск, Россия
e-mail: vasilyeva_oksa@mail.ru

Анастасия Владимировна Анищенко

Омский государственный университет им. Ф. М. Достоевского, магистрант, Омск, Россия
e-mail: anastaxxrozz@gmail.com

Отечественные женские журналы конца XVIII — XIX века: функционально-прагматическая характеристика

Аннотация. В статье рассматриваются динамические процессы формирования отечественного журнального дискурса, адресатами которого являлись женщины дворянского сословия. Дискурс-анализ текстов женских журналов в ретроспективном изучении позволил выявить изменение их основных прагматически значимых параметров: целевых установок авторов изданий, диктумно-тематического содержания, образа-адресата «идеальной женщины», коммуникативных возможностей автора (издателя) и адресата (женщины-читательницы). В выводах отмечается трансформация женского сознания в дискурсе журнальной беллетристики. Появление женских журналов в конце XVIII в. и их эволюция в XIX в. демонстрируют не только обновление мировоззренческих ориентиров целевой аудитории, но и новое качественное состояние культуры, репрезентирующее изменение социальных стереотипов и роли женщины в обществе.

Ключевые слова: женская пресса, дискурс-анализ, коммуникативная цель, женщина-адресат, статусно-ролевые характеристики.

Oksana Yu. Vasilyeva

Dostoevsky Omsk State University, Candidate of Philological Sciences, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Russian Language, Literature and Document Communications, Omsk, Russia
e-mail: vasilyeva_oksa@mail.ru

Anastasia V. Anishchenko

Dostoevsky Omsk State University, Master's Degree Student, Omsk, Russia
e-mail: anastaxxrozz@gmail.com

Domestic Women's Magazines of the Late 18th and 19th Century: Functional and Pragmatic Characteristics

Abstract. This article examines the dynamic processes of the formation of domestic magazine discourse, the addressees of which were women of the noble class. Discourse analysis of the texts of women's magazines in a retrospective study allowed us to identify changes in their main pragmatically significant parameters: the target settings of the authors of the publications, the dictum-thematic content, the image of the addressee of the "ideal woman", the communicative capabilities of the author (publisher) and the addressee (female reader). The conclusions note the transformation of women's consciousness in the discourse of magazine fiction. The appearance of women's magazines in the late 18th century and their evolution in the 19th century demonstrate not only the renewal of the ideological guidelines of the target audience, but also a new qualitative state of culture, representing a change in social stereotypes and the role of women in society.

Keywords: women's press, discourse analysis, communicative goal, female addressee, status and role characteristics.

Введение (Introduction)

Развитие прессы как информационной индустрии в первой половине XVIII в. дало толчок к формированию отечественных женских журналов, которые претерпели изменения и модификации в процессе своего становления. На протяжении нескольких веков женские журналы расширяли целевую аудиторию, добавляя новые рубрики, усложняя структуру и актуализируя наиболее значимые вопросы современности.

Целевая аудитория менялась, и журналы вместе с ней, эти процессы следует называть взаимообусловленными, ведь издания культивировали у читательниц разного рода характеристики (ценностные, потребительские, эстетические и др.). Отечественные женские журналы нередко перенимали западные культурные традиции: на страницах мы видим информацию о модных новинках, тенденциях сезона (так называемый *писк сезона*), рисунки моделей одежды и политипажи.

В связи с этим можно констатировать, что актуальность исследования проявляется в следующих аспектах: во-первых, отечественные женские журналы конца XVIII — XIX в. как особый тип дискурса изучаются впервые на базе относительно новых подходов к интерпретации любого текста в рамках современных дискурсивных теорий; во-вторых, для современной лингвистики важным является теоретическое осмысление дискурса женских журналов, в результате чего можно определить способы взаимодействия автора и целевой женской аудитории и методы формирования социальных стереотипов.

Настоящее исследование предполагает обращение к женским журналам, одной из основополагающих задач которых является информирование об изменениях модных тенденций разных эпох. Анализируемые издания были предназначены для женской аудитории и отражали влияние эпохи на мировоззрение женщин. Материал исследования составили разные выпуски таких журналов, как «Модное еженедельное издание, или Библиотека для дамского туалета» (1779), «Модный Магазин» (1823) и «Дамский Журнал» (1864). Важный фактор, определяющий динамические процессы женской журнальной прессы, заключается в том, что журналы являются сборниками текстов разных жанров.

Методы (Methods)

Интерпретация социокультурных, прагматических параметров, феноменов восприятия информации о новинках, представленных в женских журналах, реализована при помощи методики дискурсивного анализа, в рамках которого предполагается изучение коммуникативно значимых параметров журнального дискурса: ситуация и условия общения, диктумно-тематическое содержание, интенции автора, образ адресата. Немаловажной частью прагматического исследования является описание статусно-ролевых характеристик участников коммуникации, речь идет исключительно о женщине как об адресате, обладающем комплексом поведенческих социально обусловленных характеристик.

Результаты и обсуждение (Results and Discussion)

Первое, что объединяет многие издания для женщин, — это их коммуникативная цель, заключающаяся в установле-

нии стандарта и образца «идеальной» женщины, которому читательницы стремились соответствовать. Обыкновенно такая женщина успевает всё: она следит за модой, является хранительницей «семейного очага» и успешно организует быт, занимаясь воспитанием детей. Н. С. Писаревская описывает это следующим образом: «У читательницы формируется ее уникальное “Я” в соответствии с транслируемым СМИ коллективным женским “Мы”» [1, с. 94]. Женщина идентифицирует себя с этим журнальным образцом, старается проецировать на себя определенную модель поведения, там обозначенную. Это можно квалифицировать и как осознание человеком своего членства в группе.

Коммуникации формируют идентичность разных людей, поэтому читательницы, листая страницы женских журналов и усваивая их установки, приобщаются к культуре, транслируемой в них.

Дискурс женских журналов имеет ряд особенностей, обусловленных вектором исторического развития страны. «Уникальность ориентированных на определенную категорию читателей журналов как фактора культурной жизни состоит в том, что появление каждого из его видов свидетельствует об определенной зрелости какой-либо социальной группы. Журнал — своеобразный индикатор потребности в постоянно обновляемой информации по интересующей проблеме или теме. В этом смысле “рождение” женских журналов в конце XVIII в. зарегистрировало новое качественное состояние культуры по таким параметрам, как социальное положение женщин, их образование, мировоззрение» [2, с. 18]. Следующий важный шаг исследования — развитие этого тезиса посредством привлечения и обоснования прагматистических категорий функционирования журнальных текстов.

Первый женский журнал «Модное еженедельное издание, или Библиотека для дамского туалета» основан известным журналистом Н. И. Новиковым в конце XVIII в., в 1779 г. В журнале доминировали воспитательная и развлекательная функции. Издатель стремился, прежде всего, повысить уровень грамотности женщин, способствовать их духовному развитию, поэтому аккуратно подходил к выбору литературы для печати, что связано и с его просветительской деятельностью. Кроме того, издатель использовал сатирические приемы, чтобы модницы, неразборчиво подражавшие европейским тенденциям, поняли, как они выглядят со стороны. Например, в журнал помещена «Феридаина ошибка, Сказка» [3, с. 26–28]. Суть ее заключается в следующем: Ферида уверяет, что для нее главное в возлюбленном — душа и внутренний мир, если он станет уродом, девушка всё равно будет любить его. Ее возлюбленный же, сражаясь, действительно лишился носа. Сначала Ферида вообще его не узнала, а когда поняла, что это он, воскликнула: *Ах! можно ли, что бь носъ такъ душу повредить!* [3, с. 28] Мораль такова:

*Вы будьте къ клятвѣхъ осторожны,
Красавицы! свои вручая намъ красы:
Бываютъ ваши клятвы ложны,
И тѣмъ, у коихъ есть носы* [3, с. 28].

Важная особенность издателя (автора) — намерение сотрудничать с адресатом. В «Предувѣдомленіи» к изданию 1-й части 1779 г. выражается надежда на популяризацию журнала: издатель приглашал читательниц сотрудничать с журналом и просил отправлять в редакцию свои сочинения. Он понимал, что издание сможет стать популярным только при отклике целевой аудитории и получении обратной связи. Среди немногочисленной женской аудитории журнала, как показывает содержание издания, не нашлось желающих осуществить это, на наш взгляд, возможно, из-за сатирических приемов издателя.

Сам издатель так описывает целевую установку своего журнала: *...издается съ тѣмъ, что бы доставить Прекрасному Полу въ свободныя часы пріятное чтение, по чему и будутъ въ ономъ помѣщаться только такія сочиненія, или переводы, кои пріятны или забавны. Сюда включаются Ироиды, Еклоги, Елегии, Идиліи, Пѣсни, Епиграммы, Загадки и прочія мѣлкя Стихотворенія. Для украшенія сего Изданія, помѣщаемы будутъ мѣлкя стихотворенія Знаменитыхъ Россійскихъ Стихотворцевъ, до нынѣ еще не напечатанныя, или вновь поправленныя. Ноконѣцъ сюда включаются Сказочки, Анекдоты и Повѣсти, переводимыя изъ наилучшихъ Авторовъ и на Россійскомъ языкѣ сочиненныя; да приложится и о томъ стараніе, что бы сообщаемо было о новыхъ Парижскихъ Модахъ. Словомъ все вниманіе употреблено будетъ къ тому, что бы сіе Изданіе заслужило благосклонность Прекраснаго Пола* [3, с. 255].

Адресатом издания являлась светская дама, имеющая высокий социальный статус. Образ женщины, транслируемый Н. И. Новиковым, — это образованная и начитанная дама, соблюдающая правила этикета и нормы морали. Это образец для подражания, модель жизни и поведения, внедряемая в сознание читательниц. Отношение издателя к целевой аудитории эксплицировано в самом ярком обращении — *Прекрасному Полу*, а вкус читательниц назван *нежным*, что свидетельствует о когнитивно-ассоциативной связи понятий: *женский — прекрасный — нежный*. Главное — это один из основных аспектов формирования образа женщины-адресата в журнальном дискурсе конкретной эпохи.

Таким образом, идеал женщины конца XVIII в. — это женщина просвещенная и добродетельная. Она, как представительница высшего общества дворянского сословия, должна иметь высокие нравственные идеалы и подчиняться нормам поведения, установленным в социуме. Обязательное условие — получение домашнего образования, а в особенности — приглашение для осуществления этой цели иностранных гувернеров, что было популярно среди дворян того времени. Следовательно, женщине этого класса важно соблюдать этикет, демонстрировать свою начитанность и образованность, знание иностранных языков и осведомленность о модных современных новинках литературы и искусства. Представительницам других сословий это, конечно, было недоступно.

Тенденция к назидательно-просветительской коммуникативной установке отмечается и в «Дамском Журнале» 1823 г., который издавался князем П. И. Шаликовым, но пафос журнала не носит настолько дидактический харак-

тер. Издатель (автор) стремился привить женской аудитории хороший вкус, он был последователем Н. М. Карамзина, поэтому в журнале публиковались сентиментальные повести (как переводные, так и оригинальные), письма, романсы, элегии, басни, шарады. Важно отметить, что в журнале появляется раздел «Парижскія моды», где можно найти информацию о популярных модных новинках одежды.

Один из методов влияния на целевую аудиторию — специальный подбор литературных материалов, где репрезентированы образы женщин, являющихся интеллектуально-поведенческим эталоном для представительниц образованной элиты. Такой прием использует издатель «Дамскаго Журнала», который помещал в выпусках статьи об известных женщинах, формируя для женщины-адресата свой идеал. Например, в 1-м номере этого журнала предлагается статья о Мадам де Сталь: *Я намѣренъ сообщить одно любопытное происшествіе, доказывающее, сколь щастливое вліяніе могутъ имѣть на общество творенія славной женщины, какова была на примѣръ госпожа Сталь, которая всѣ свои произведенія ознаменовала печатью неустоимимаго, пламеннаго воображенія, глубокой чувствительности, богатства мыслей, вѣрности отпѣнковъ и живости красокъ, такъ что и самыя строгіе судьи ея въ томъ ей завидовали* [4, с. 3].

Важно отметить, что в таком контексте образ адресата приобретает новые характеристики, расширяется его функционально-прагматическое значение. Адресат — женщина дворянского сословия, но более эмоциональная и открытая, выразительница высших «природных» качеств — чувствительности, сострадания и заботы о близких, на что повлияло господствующее тогда направление — сентиментализм.

Журнал 1864 г. «Модный Магазинъ», основателем которого стала С. Г. Мей (Рехневская), отличается от предыдущих изданий своим прикладным характером. На страницах этого журнала представлены не только тексты сентиментальных жанров, но и публикации, направленные на реализацию практических навыков со стороны читательниц. В программе «Моднаго Магазина» можно найти *Стихотворенія извѣстнѣйшихъ современныхъ поэтовъ; Оригинальные и переводные рассказы и критическія статьи; Петербургскій и заграничній фельетоны; Гигіеническая и хозяйственныя статьи; Кухня; Модный фельетонъ и объясненіе прилагаемыхъ политипажей, модныхъ картинокъ, выкроекъ и узоровъ* [5, № 17, с. 275].

У С. Г. Мей (Рехневской) был свой салон, который посещали литераторы, в том числе А. Ф. Писемский и Ф. Н. Берг, с ними издательница советовалась по поводу содержания своего журнала. Издание включало обязательное освещение модных тенденций соответствующей эпохи, рекомендации о ведении хозяйства и устройстве быта, статьи, излагающие социально значимые проблемы. Следовательно, расширяется целевая аудитория и меняется образ женщины-адресата: публикации имели практический характер, поэтому журнал читали женщины, выполняющие роль жены, матери, хозяйки. Внимание к внутрисемейным проблемам читательниц — важное отличие от вышеупомянутых журналов. Появляются кулинарные советы, инструкции для создания бытовых предметов, рецепты лекарств для

взрослых и детей. Но не только тематические особенности журнала обусловили увеличение числа читателей: на страницах издания появилось большое количество иллюстраций для упрощения восприятия информации, чем не могли «похвастать» предыдущие издания.

Такое диктумно-тематическое разнообразие журнала и изменение его функционально-интенциональной установки свидетельствуют о расширении коммуникативных возможностей автора (издателя) и адресата (женщины-читательницы). На наш взгляд, на это повлияла не только эпоха, но и тот факт, что у журнала издатель (автор) — женщина, что облегчило понимание запросов целевой аудитории. Например, в журнале даются советы по поводу лечения и профилактики заболеваний взрослых и детей с рецептами: *Для полосканія горла, при образованіи въ немъ нарыва, отъ молочницы у детей, а также во многихъ тяжкихъ болѣзняхъ у взрослыхъ, когда сохнетъ и трескается языкъ, большую пользу приноситъ розовый медъ, приготовляемый слѣдующимъ образомъ: Возьмите 1 фунтъ бѣлаго меда и полфунта самыхъ свежихъ, только что нарванныхъ, розовыхъ цвѣтовъ. Положивъ медъ въ тазикъ, влейте туда же стаканъ розовой воды и поставьте смѣсь на легкій огонь; когда начнетъ кипѣть, снимайте пѣну. Потомъ смочите цвѣты не много розовой водой, пересыпьте сахаромъ, перетрите руками и, положивъ въ тазикъ, дайте кипѣть исподоволь часъ. Потомъ, снявъ тазикъ съ огня, процѣдивъ сквозь салфетку жидкость, дайте ей остыть и потомъ, сливъ въ бутылку, храните, до употребленія, въ холодномъ мѣстѣ. Розовый медъ можно давать больнымъ и для питья, разводя его отварной водой* [5, № 4, с. 63]; рецепты блюд: *Жаркія блюда составляютъ основную, существенную часть каждаго болѣе или менѣе порядочнаго обѣда, къ которымъ супы и соусы, какъ мы уже упоминали, служатъ только подготовленіемъ или введеніемъ, — и, слѣдовательно, приготовленіе жаркого изъ чего бы оно ни состояло, должно быть предметомъ особеннаго вниманія. Все недожареное въ равной степени безвкусно и неудобоваримо какъ и пережареное и засушеное. Жареное мясо и всѣхъ родовъ птицы должны имѣть красивый темнокоричневый цвѣтъ съ красноватымъ оттѣнкомъ* [5, № 2, с. 30]; руководство по уходу за растениями: *Въ мартѣ или въ началѣ апрѣля выбираютъ многолѣтніе, самые длинныя, мясистыя, крѣпкіе, но гибкіе и нисколько не поврежденные корни. Отрубивъ ихъ отъ розоваго куста, безъ всякаго вреда для послѣдняго, рѣжутъ отрубленные корни на части въ 1 или 1 1/2 вершка длиною; потомъ, приготовивъ въ хорошей мѣстности сада гряды, обкладываютъ бока ея досками, прикрѣпляютъ послѣднія кольщиками и, перекопавъ и выровнявъ хорошенько заступомъ землю, сажаютъ въ нее куски кореньевъ въ разстояніи 3 или 4 вершковъ другъ отъ друга* [5, № 3, с. 46]. Становится понятным, что, по мнению издательницы, даже женщина, занимающаяся хозяйством, должна иметь представление о событиях света и о новых модных тенденциях, чем и объясняется расширение рубрик журнала.

В журнале сохраняется прием упоминания женщины-образца, но здесь эта концепция видоизменяется, так как приводятся образцы женщин-модниц, которые вве-

ли новые тенденции в манере одеваться: *Кстати, о мужскихъ нарядахъ: въ Париже женщины хотятъ носить фуражки, настоящія мужскія фуражки съ козырькомъ, по примеру тѣхъ, которыя носила въ Испаніи императрица Евгенія. Фуражки эти будутъ называться casquettes Eugénie* [5, № 1, с. 11].

Немаловажный факт — обратная связь. Для этого в журнале специально введена рубрика *Отвѣты редакціи*. Например: *Мы не можемъ уменьшить форматъ журнала, потому что это бы затруднило размѣщеніе полтипажей. Малый форматъ имѣетъ еще и другую невыгоду, именно: чѣмъ меньше форматъ, тѣмъ больше остается полей и слѣдовательно, тѣмъ меньше помѣщается тексту на одинаковомъ количествѣ бумаги. Другое ваше замѣчаніе будетъ принято во вниманіе при первой возможности* [5, № 2, с. 31].

Таким образом, издатели модных женских журналов конца XVIII — XIX в. по-разному определяли их функциональное предназначение. Для журнала «Модное еженесячное изданіе, или Библіотека для дамскаго туалета» основополагающими функциями стали дидактико-воспитательная и развлекательная, для «Дамскаго Журнала» — культурно-информативная и воспитательная, а «Модный Магазинъ» имеет более практическую направленность. Все журналы объединены тем, что ориентированы на конкретную целевую аудиторию — на образованных женщин дворянского сословия. Это выражено и на лексическом уровне: часто названия предметов одежды или каких-то явлений современности даны на французском языке, это свидетельствует о том, что женщина-адресат должна им владеть: *На большомъ балѣ, Cerele Europeen* [4, с. 49]; *...буклы (meches de cheveux)* [4, с. 49]; *Блузомъ а la religieuse называютъ тотъ, который въ складкахъ съ верху до низу* [6, с. 102]; *...въ видѣ корсетиковъ, зашнурованныхъ спереди, а la paysanne* [5, № 1, с. 12]; *рисункъ а la Pompadour* [5, № 1, с. 12]; *...курточки “garde-française”* [5, № 1, с. 15] и др.

Заключение (Conclusion)

В настоящем исследовании проанализированы динамические процессы формирования и бытования женских журналов разных эпох. Журнал «Модное еженесячное изданіе, или Библіотека для дамскаго туалета» (1779) Н. И. Новикова, по справедливому замечанию самого автора, задуман как удобное для читателей издание, поэтому наполнен литературными произведениями, отобранными специально для женщин, в том числе для женщин-модниц, которые в тот период могли не всегда рационально следовать традициям европейской моды. «Дамскій Журналь» (1823–1824) князя П. И. Шаликова уже включал не только разделы *Литература*, *Критика*, но и рубрику *Мода*. В журнале 1864 г. «Модный Магазинъ» С. Г. Мей (Рехневской), имеющем практический характер, можно было прочитать о моде, литературе, мировых новостях, хозяйстве.

Предлагаемый в исследовании дискурс-анализ способствовал выявлению коммуникативно значимых параметров женских журналов разных периодов. Была определена коммуникативная цель, заключавшаяся в культивировании актуального для определенной эпохи образа «идеальной»

женщины, к которому читательницы должны были стремиться. Менялось информационное наполнение женских журналов, что напрямую зависело от коммуникативных намерений издателей и изменения статусно-ролевых характеристик женщин-адресатов. Издатели журналов воспроизводили качества, присущие общественному образцу сначала женщины-дворянки, для которой важны патриархальные ценности и правильное поведение «в свете».

Содержание женских журналов конца XVIII — XIX в. отображает становление сознания женщин как целевой

аудитории в дискурсе журнальной беллетристики. В ходе прагматического анализа стало понятно, что исторические этапы, обозначенные выше, напрямую повлияли на репрезентацию образа-адресата «идеальной женщины». Издатели журналов иллюстрируют изменение ценностных ориентиров, что позволяет говорить об эволюции коммуникативно значимых целевых установок изданий, демонстрирующих стремление повлиять на поведенческие тенденции женщины.

1. Писаревская Н. С. Отечественные женские журналы как феномен современной массовой культуры: функциональные и структурно-тематические особенности : дис. ... канд. филол. наук. Краснодар, 2018. 202 с.

2. Сокольская Л. В. Первые женские журналы для российских читательниц (конец XVIII — первая половина XIX века) // Библиосфера. 2006. № 2. С. 18–22.

3. Модное ежемѣсячное изданіе, или Библіотека для дамскаго туалета. 1779. СПб. : Тип. Вейтбрехта и Шнора, 1779. Ч. I. Электрон. версия. URL: <https://clck.ru/3M93FT> (дата обращения: 19.06.2024).

4. Дамскій Журналь. 1823. Ч. 1, кн. 1. Электрон. версия. URL: <https://clck.ru/3M93GA> (дата обращения: 19.06.2024).

5. Модный Магазинъ. 1864. № 1–24 (январь–декабрь). URL: https://viewer.rusneb.ru/ru/000200_000018_pb00000957?page=4&rotate=0&theme=white (дата обращения: 19.06.2024).

6. Дамскій Журналь. 1824. № 15. Электрон. версия. URL: <https://clck.ru/3M93Ho> (дата обращения: 19.06.2024).