



УДК 070-054.72 (571.6)

© *Е. С. Бабкина*, 2013

ЦЕННОСТНО-СМЫСЛОВОЕ ПОЛЕ ДЕТСКОЙ ПЕРИОДИКИ РУССКОГО ЗАРУБЕЖЬЯ ДАЛЬНЕГО ВОСТОКА

Бабкина Е. С. – канд. филол. наук, доцент кафедры «Русская филология», тел. (4212) 22-44-07, e-mail: gussinda@yandex.ru (ТОГУ)

Статья посвящена изучению периодических изданий для детей представителей русского зарубежья Дальнего Востока в аксиологическом аспекте. Исследование предпринято на материале самого популярного в дальневосточном зарубежье детского журнала «Ласточка». В ходе изучения содержания публикаций издания была выявлена его аксиологическая доминанта, ценностно-смысловое поле публикаций 1920-1930-х гг., а также изучены объективные и субъективные причины, повлекшие за собой трансформацию аксиологической составляющей журнала в 1940-х гг.

The paper is dedicated to the study of axiological aspect of children's periodicals for Russian emigrants in the Far East. The research is based on children's magazine «Lastochka» which was the most popular among the Far-Eastern Russian emigrants. When studying the content of publications at this magazine the axiological dominant idea and the semantic field of publications of 1920-1930s is revealed. The author also investigates the objective and subjective reasons which lead to the transformation of axiological component of the magazine in 1940s.

Ключевые слова: аксиология, ценностно-смысловое поле, журналистика детская, периодическая печать, русское зарубежье, Дальний Восток, межкультурная коммуникация.

Обращаясь к изучению детской периодики дальневосточной эмиграции, считаем небезынтересным рассмотреть ее в контексте понятия ценностно-смыслового поля.

Вслед за Стебловской С. Б. под ценностно-смысловым полем мы понимаем совокупность транслируемых изданием ценностей и их содержательно-смыслового наполнения, поведенческих паттернов, культурных реакций, представлений о должном.

В современной отечественной и зарубежной науке категория «ценность» имеет множество интерпретаций и в каждом из ответвлений гуманитарного знания приобретает свою смысловую специфику. При этом в ряде дисциплин (социология, психология) понятие «ценность» оказывается неотделимым от

понятия «ценностная ориентация». Термин «ценностная ориентация» относится к частному прочтению ценностей, которое сам субъект маркирует для себя в качестве ориентира, в то время как «ценности» представляют собой некие социокультурные константы, одобряемые большинством [8].

Изучение ценностно-смыслового поля детской периодической печати дальневосточного зарубежья предпринято на материале публикаций одного из самых популярных изданий русского Китая – иллюстрированном журнале для детей младшего возраста «Ласточка». Это издание выходило в свет раз в две недели в Харбине в издательстве «Заря» и было чрезвычайно популярно. Журнал можно было получить по подписке или же приобрести через сеть розничной продажи, что давало ему несомненное преимущество перед книгой. По сравнению с другими детскими журналами русского Харбина – «Василёчки», «Журнал детских развлечений», «Игрушка» – «Ласточка» стала изданием, беспрецедентным по своей доступности, частоте и продолжительности выпуска. Начав издаваться 15 октября 1926 года, журнал просуществовал до 1945 года. Таким образом, «Ласточка» на протяжении почти двух десятков лет разделяла тяготы русских беженцев в Восточной Азии и воспитала не одно поколение детей-эмигрантов не только в Китае, но и в Японии, Германии, Франции, Турции, США.

Столь продолжительная популярность «Ласточки» во многом была обусловлена самой концепцией журнала. Издатели русского Китая прекрасно понимали, что печатные издания, в том числе и журналы для детей, являются достаточно важным ресурсом социализации. Именно в детские годы формируются представления о мире, людях, морали и ценностях, которые в дальнейшем крайне тяжело поддаются переосмыслению и трансформации. Соответственно, многое зависит от того, на какую систему ценностей будет ориентирован ребенок. Именно качество аксиосферы СМИ, в которое погружен юный читатель, выступает в роли своеобразного ориентира в системе норм и ценностей. Поэтому редакторский коллектив самого популярного в эмиграции издания предъявлял высокие требования к его наполнению: детская литература должна была не только развлекать и просвещать, но и отражать все ценностные ориентиры миропонимания как целостной органической системы, охватывающей не только сферу материальной деятельности, но и многообразии человеческих отношений.

На формирование ценностной составляющей периодики русского Китая в различные конкретно-исторические отрезки времени оказывало влияние множество факторов, определяющих развитие общественной жизни изгнанников [2]. Структурные и содержательные новообразования в детской периодике русского рассеяния были обусловлены сложными интеграционными процессами вхождения российских эмигрантов в культурную, социальную и политическую жизнь Северо-восточной Азии 1920-1940-х гг. Без преувеличения можно сказать, что само время вызвало к жизни это издание и оказало влияние на формирование ценностно-смыслового поля журнала.



«Ласточка» во многом продолжила традицию классической просветительно-воспитательной журналистики для детей, сосредоточившей внимание на воспитании душевных качеств и развитии интеллектуальных способностей ребёнка. Содержание и структура самого популярного в эмиграции издания формировалось под влиянием детской периодики России XIX – начала XX вв., таких журналов как: «Новое детское чтение» (1776 – 1847), «Детское чтение для сердца и разума» (1785 – 1789), «Задумчивое слово» (1876 – 1917), «Игрушечка» (1880 – 1912), «Родник» (1887 – 1917), «Юный читатель» (1899 – 1908), «Светлячок» (1902 – 1920), «Тропинка» (1906 – 1912), «Маяк» (1909 – 1918), «Всходы» (1911 – 1915) и др.

Издатели «Ласточки» понимали, что для детей дошкольного и младшего школьного возраста воспитание чувств не менее, а может быть, и более важно, нежели развитие ума. Проблема духовного развития подрастающего поколения дальневосточной эмиграции стояла в это время наиболее остро. Профессиональные принципы классической детской журналистики: сочетание художественного и научно-познавательного материала, ориентация на грамотную русскую речь и правильный разговорный стиль, нацеленность на гармоничное развитие ребёнка, стремление заинтересовать его, отсутствие нарочитой назидательности – легли в основу детской периодики русского Китая.

Первые годы жизни русских эмигрантов в Восточной Азии были необычайно трудными. Но особенно драматично в условиях изгнания складывалась судьба ребёнка. Благополучных детей в условиях эмиграции 1920-1930-х гг. было мало: счастливыми считались те, кто имел дом и семью, немногочисленные приюты не имели возможности принять всех беспризорников. Поэтому первоочередной потребностью изгнанников стала потребность в жилье, крыше над головой, а сама возможность обретения дома, создание домашнего очага, достаток в доме на долгие годы стали одной из доминант ценностной системы эмигрантов.

Неослабевающая на протяжении почти четверти века проблема безденежья и безработицы в среде эмигрантов делала для многих мечту о собственном доме недостижимой. Подавляющее большинство беженцев фактически вели борьбу за существование. Возможность получения заработка воспринималась как величайшая ценность, поэтому эмигранты старались всячески поддерживать друг друга. Так, крупные российские предприниматели (И.Я. Чурин, Ю. И. Бриннер, бр. Воронцовы) и владельцы менее солидных фирм (Б.И. Палей, Р.С. Райхель, И.И. Гайстер, Н.Г. Молчанов, З.М. Бенцианов) [1, 5] по возможности предлагали своим соотечественникам, пожалуй, самый желаемый и наиболее рациональный вид помощи – рабочие места, позволявшие им работать и самостоятельно существовать. В 1920-1940 гг. для многих российских торгово-промышленных предприятий крупного, среднего и малого бизнеса негласной обязательной статьёй расходов явились добровольные пожертвования, причем, по эмигрантским меркам, немалые. «Сделав ребёнку хороший подарок, Вы сделаете и доброе дело, поддержав

своим заказом нуждающуюся русскую семью» [6], « /.../ абоненты этой библиотеки не только получают дешево книгу, но и дадут возможность бедным получить книгу бесплатно» [7], – рекламные объявления подобного содержания из номера в номер публиковались в «Ласточке».

Свойственный русской периодике XIX – начала XX вв. демократизм, дух гуманизма, идеи патриотизма и гражданского долга нашли своё развитие в «Ласточке». «Ёлка бедным детям» [4], «Не забудем бедных деток!» [5] – эти мотивы милосердия, помощи и сострадания, обращенные к детям и их родителям, проходят через всю творческую жизнь издания.

На протяжении практически всей творческой жизни «Ласточки» ценностно-смысловой доминантой, определяющей содержательное наполнение издания, оставалась любовь к России. В условиях вынужденного изгнания обращение к родной земле было чрезвычайно значимо. В многочисленных стихах и рассказах о родине ребенок не только усваивал известные, а для многих малышей и новые сведения о России, но и испытывал целую гамму чувств: восхищение перед ее красотой, удивление перед многообразием природных богатств, гордость за широту и необъятность русских просторов. Такая явственность и подробность описаний призвана была заменить юному читателю реальную Россию. Характерно, что в рассказах о покинутой родине авторы традиционно использовали прием незаметного перехода из мира реального в мир сказочно-условный. Такая форма повествования избиралась ими намеренно. Художественный вымысел позволял избегать острых, болезненных ситуаций и при этом создавать ясный, четкий, узнаваемый образ родины. Рассказы о России намеренно лишены острых политических и социальных мотивов: устраняя «темные» для наивного понимания моменты, взрослые останавливали свой взгляд на том, что близко и понятно малышу – природе. Описание России лишено полутонов – только глубокие яркие цвета, сильные чувства, положительные эмоции, которые влекут к себе ребенка, как все красочное, лишенное однообразия и бытовой серости.

Вместе с тем, в своем творчестве эмигранты были максимально честны и откровенны в обращении к детям. Несмотря на то, что политическая и культурная ситуация в России 1920-1940-х гг. не нашла своего отражения на страницах журнала, в «Ласточку» деликатно, едва заметно, сквозь недомолвки и недосказанность чуть заметным пунктиром пробивалась трагедия настоящего. Таким способом детская литература и журналистика в эмиграции воспитывала и сохраняла в подрастающем поколении чувство родины, но ограждала малышей от чувства ненависти к виновникам их изгнания. Этот художественный прием позволял в простой форме объяснить преимущества и недостатки жизненной ситуации, побудившей покинуть Отечество, познакомить ребенка со сложными законами бытия.

Сознание малышей жадно впитывало идиллические картины «самой чудесной страны», и они обретали свое второе рождение уже в собственно детском творчестве. Так, менее чем через месяц после выхода рассказа «Самая чудесная страна на свете» в рубрике «Наши читатели – сами писатели» пуб-



ликуется стихотворение «Русь» [3]. Это наивное стихотворение, написанное ребенком, никогда не знавшим России, не бывавшим в ней, отражает типичное для целого поколения детей-эмигрантов идеализированное представление о Родине.

На страницах «Ласточки» многие малыши получали свои первые элементарные представления о традиционной русской культуре. Значительную помощь в этом призван был оказать русский народный фольклор. Благодаря фольклору ребёнок легче входит в окружающий мир, полнее ощущает прелесть родной природы, усваивает представления народа о красоте, морали, знакомится с обычаями, обрядами – то есть, вместе с эстетическим наслаждением впитывает и культурное наследие народа, без которой формирование полноценной личности просто невозможно.

Условия эмиграции предъявляли к издателям особые требования в изложении азов православия. В ежегодных рождественских и пасхальных выпусках «Ласточки» публиковались стихи, сказки, статьи, которые поддерживали у детей интерес к русским народным верованиям и обычаям, а для многих юных читателей – раскрывали их впервые. Так, в статьях «Почему устраивают ёлку?» (№ 1, 1932 г.) и «Почему празднуют Пасху?» (№ 9, 1932 г.) в доступной для ребёнка форме представлено переложение библейской легенды о рождении и воскрешении Христа. Чтобы облегчить восприятие русских реалий, авторы использовали иллюстративный материал, большое количество ярких примеров.

Интересно, что наполнение ценностно-смысловое поля эмигрантских СМИ не было статичным, а изменялось под влияние различных факторов, как объективных, так и субъективных.

Так, анализ содержания «Ласточки» 1920-1930-х гг. позволяет выявить ценностно-смысловое поле издания указанного периода:

– основной компонентой аксиологического наполнения можно считать пробуждение любви к России, поддержание уважения к традициям, истории Отечества, национальной культуре и языку.

– общая социализация, под которой подразумеваются установки на коллективность, общественно полезную деятельность, внимание к ближнему, сочувствие, милосердие, предпочтение традиционных моделей поведения.

– ориентированность на получение новых знаний, ценностные ориентации на внутреннюю работу над собой, на развитие культурного модуса личности ребенка (интерес к классическому и современному качественному искусству, литературе, и т.п.); развитие мышления, работоспособности, дисциплинированности; к этому же комплексу относится и установка на авторитет учителей и педагогов.

– полоролевая компонента: создание позитивного образа традиционной модели семьи и отношений между полами, укрепление отношений между родителями и детьми, укрепление традиционных межпоколенческих связей, основанных на уважении к старшим.



Очевидно, что ценностная составляющая детской периодики дальневосточной эмиграции 1920-1930-х гг. вполне соответствуют традиционным представлениям о русском менталитете. Сейчас такого рода установки принято считать нормативными в традиционной русской системе воспитания.

Вместе с тем, систему ценностей «Ласточки» нельзя в полной мере назвать классической. Характерное для русской культуры отсутствие пристального внимания к материальному успеху, культурная нелегитимность богатства не нашли своего отражения в среде русских эмигрантов Китая. Актуальная на протяжении всех лет изгнанничества проблема безденежья и безработицы акцентировала в аксиосфере русских эмигрантов материальную составляющую, повышенное внимание к деньгам и всему, что могло способствовать повышению благосостояния.

Доказательством тому являются рекламные объявления «Ласточки», которые не только являются своеобразным отражением предпринимательской деятельности русских за рубежом, но и создают представление о духовных и материальных ценностях самих изгнанников:

«Писчебумажный магазин “Логос” при музыкальном магазине “Кантилена”. Китайская 143. Всё для контор и учащихся».

«В меховом магазине Б.И. Палей Вы найдёте всё для детей.

Большой выбор нижнего и верхнего платья, а также меховых вещей. Китайская 79. Телефон 21-27» [6].

Любопытно, что адресатами рекламных объявлений чаще всего становились дети:

«Мама с папой подарили
Ребятишкам два рубля...
Рады Вовочка и Лиля,
Напевают: “Та-ля-ля!..

Ни печенье, ни пастилки
Мы не станем покупать, –
Лучше в новенькой копилке
Будем деньги сохранять...”.

/.../ “Папа деньги в банке прячет –
Я и наши спрячу там...”
И довольный Вова скачет:
“Банк “Трифткор” поможет нам!..

/.../ В банк “Трифткор” свои монетки
Все вы можете снести...
Надо вам скорее, детки,
Ту копилку завести!..



Дети, обязательно дайте вашим папе и маме прочесть объявление, напечатанное на второй странице обложки, и начинайте копить деньги. Когда у вас в «Трифткор банке» накопится 5 долларов, банк выдаст вам хорошенькую книжку в виде копилки» [4].

Механизм вовлечения потребителя в рекламную ситуацию был хорошо освоен предпринимателями-эмигрантами. Ориентируясь на ребёнка как потенциального вкладчика, рекламодатели в своих публикациях использовали примеры и ситуации из реальной жизни детей. Физиология детского восприятия такова, что впечатления о каком-либо объекте, полученные в детстве, являются самыми убедительными и не поддаются существенной трансформации в более зрелом возрасте. Предприниматели понимали, что любовь и доверительное отношение к своей продукции у потенциального потребителя необходимо формировать с самого раннего возраста. Поколение, с юных лет воспитанное в духе приверженности к определённому товару или услуге, сохранит свою привязанность на протяжении всей жизни. Необходимый элемент привлекательности вносил и тот факт, что описываемая в рекламном объявлении ситуация соответствовала детскому стремлению скорейшего взросления.

Не углубляясь в моральный аспект подобных объявлений, необходимо отметить их, безусловно, положительное качество: они являлись частью социализации ребёнка. Поскольку подавляющее большинство эмигрантов практически вели борьбу за существование, то проблема финансового характера была знакома всем русским семьям и не могла укрыться даже от малышей. Реклама в «Ласточке» с ранних лет готовила ребёнка к суровой правде жизни, учила ориентироваться во взрослом мире товарно-денежных отношений.

С уверенностью можно сказать, что само время корректировало структуру, содержание журнала и его ценностно-смысловое поле. Так, некоторые ценностные доминанты, составлявшие ядро аксиосферы детской периодики русского Китая 1920-1930-х гг., в 1940-е годы претерпевают существенные изменения.

Для «поздней» «Ласточки» конца 1930-х гг. – начала 1940-х гг. характерно заметное ослабление национального акцента: повествования о России, русском быте, народных обычаях сменяют стихи и рассказы о Маньчжурии, переводы китайских сказок. В «Ласточке» появляются публикации, в которых всё сильнее проявляется интерес русских изгнанников к их «второй родине»: «В горах Ляошана» (№ 5 от 1 марта 1939 г.), «Почему в Дайрене теплее, чем у нас?» (№ 3 от 11 февраля 1942 г.), «О маньчжурских богах и праздниках фонарей» (№ 6 от 15 марта 1942 г.), «Маньчжурский Новый год» (№ 5 от 1 марта 1942 г.), «Цеховые значки у китайцев» (№ 11 от 1 июня 1942 г.) и др. Сопки Маньчжурии, китайские праздники, драконы, добрые и злые духи – всё это ярко и образно пропитывает обновлённое содержание издания и явственно свидетельствует о вступлении русских эмигрантов в адаптивную фазу аккумуляции и последующую за ней интеграцию.

Изменение аксиологической составляющей издания во многом было продиктовано и причинами субъективного характера. Если первые номера журнала редактировали А.Я. Буйлов, Е.С. Кауфман, М.С. Рокотов – выходцы из России, с самого рождения пребывавшие в атмосфере русской национальной культуры, покинувшие родину в зрелом возрасте, то последний редактор «Ласточки» – Е.А. Васильева – была привезена в Китай шестимесячным ребёнком. Подобно многим детям эмигрантов, бессменный автор, художник и, впоследствии, редактор журнала, знала Россию лишь заочно, по рассказам старшего поколения. Поэтому вполне естественно, что оторванность от национальной почвы вынуждала обращаться к единственно доступной реальности – Китаю, Маньчжурии.

Постепенное ослабевание связей с дореволюционной Россией, вращение в экономическую, общественную и культурную жизнь страны расселения со временем способствовали появлению нового читателя – читателя с билингвистическим мышлением. Вместе с тем, издание не утратило своей «русскости». Для издательского коллектива детского журнала очень важной виделась задача создания ценностно-смыслового поля, для которого в равной степени были значимы как ценностные ориентиры, продиктованные современностью, так и национальная классическая аксиологическая составляющая.

Библиографические ссылки

1. *Великая Маньчжурская империя. К десятилетнему юбилею.* – Харбин: Издание Государственной организации Кио-ва-кай и Главного Бюро по делам российских эмигрантов в Маньчжурской Империи, 1942. – 477 с.
2. *Бабкина Е.С.* Аксиологический аспект в детской периодике русского зарубежья Дальнего Востока // Электронное научное издание «Ученые заметки ТОГУ», 2011, Т. 2, № 2, С. 27-31(Свидетельство Эл № ФС 77039676 от 05.05. 2010 <http://ejournal.khstu.ru/ejournal.khstu.ru>).
3. *Ласточка:* журнал / ред. Е.С. Кауфман. – Харбин: «Заря», 1933. – ГАХК, НСБ, инв. № 3029.
4. *Ласточка:* журнал / ред. Е.С. Кауфман. – Харбин: «Заря», 1932. – ГАХК, НСБ, инв. № 3029.
5. *Ласточка:* журнал / ред. Е.А. Васильева. – Харбин: «Заря», 1942. – ГАХК, НСБ, инв. № 3030.
6. *Ласточка:* журнал / ред. Е.С. Кауфман. – Харбин: «Заря», 1939. – ГАХК, НСБ, инв. № 3025.
7. *Ласточка:* журнал / ред. Е. С.Кауфман – Харбин: «Заря», 1933. – ГАХК, НСБ, инв. № 3028.
8. *Стебловская С.Б.* Ценностно-смысловое поле современных журналов для подростков [Электронный ресурс] // Ломоносов-2010. Материалы международной научной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых. – М.: Факультет журналистики МГУ, 2010. – Режим доступа: <http://www.old.mediascope.ru/node/588>