

Кукса И. Ю. Коммуникативная специфика первой отечественной печатной газеты «Ведомости Петра Великого» / И. Ю. Кукса // Научный диалог. — 2019. — № 8. — С. 135—148. — DOI: 10.24224/2227-1295-2019-8-135-148.

Kuksa, I. Yu. (2019). Communicative Specificity of the First National Printed Newspaper “Peter the Great’s Vedomosti”. *Nauchnyi dialog*, 8: 135-148. DOI: 10.24224/2227-1295-2019-8-135-148. (In Russ.).



УДК 070:811.161.1'37+316.776

DOI: 10.24224/2227-1295-2019-8-135-148

Коммуникативная специфика первой отечественной печатной газеты «Ведомости Петра Великого»

© Кукса Ирина Юрьевна (2019), orcid.org/0000-0001-7177-6541, кандидат филологических наук, доцент, Институт гуманитарных наук, Балтийский федеральный университет им. И. Канта (Калининград, Россия), i.yu.kuksa@gmail.com.

В статье рассматриваются основные коммуникативные характеристики первой печатной российской газеты «Ведомости Петра Великого». Кратко обозначается исторический контекст появления первого отечественного печатного издания, определяется социокультурная и функциональная значимость газеты, ее тип как издания, в том числе в сопоставлении с предшественницей «Ведомостей» — первой рукописной газетой «Вести-Куранты», статус которой до сих пор дискусионен. Квалифицируются основные коммуникативные параметры газеты: цель, задачи, особенности адресанта и адресата, а также сообщения новостной информации в условиях зарождения отечественной журналистики. Комментируются такие важные для периодической печати характеристики, как оперативность и информационные потребности читательской аудитории. Обсуждается проблема авторства газетного новостного текста в данный исторический период. Акцент делается на структурной сложности и разных функциональных ролях создателей газетных текстов, а также на способах введения автором новой информации, речь идет в том числе и о зарождении модели новостной заметки. Выявляется коммуникативная позиция автора газетного текста с точки зрения пространственно-временного подхода и средства ее репрезентации. Определяется тематический спектр газетных материалов, размещенных в комплекте «Ведомостей Петра Великого» за 1710 год, дается качественно-количественная характеристика тематических групп.

Ключевые слова: история отечественной журналистики; история периодической печати; первые отечественные газеты; газетный текст; коммуникация; адресант и адресат; целевая аудитория; образ автора; способы выражения авторской позиции.

1. Исторический контекст появления первой отечественной газеты

В России, как известно, издание газет долго было государственной монополией, а отечественная журналистика формировалась как элемент государственной политики. Исторический контекст на этапе появления и становления газетной периодики в России (XVII — первая четверть XVIII века) характеризуется сложными процессами. Непростые, подчас кризисные периоды общественно-политической жизни (события Смутного времени и преодоление их последствий, восстания Ивана Болотникова и Степана Разина, стрелецкие, соляные и медные бунты, военные реформы и войны с Речью Посполитой, Крымским ханством, Северная война) сопровождались значительными преобразованиями в духовно-нравственной и социокультурной сферах: образованием новых городов (Томск, Красноярск, Симбирск, Иркутск и др.), церковной реформой Никона и церковным расколом, введением нового летоисчисления и нового гражданского шрифта, появлением цифирных школ и развитием светского образования (артиллерийские и навигационные школы, «Букварь» Ф. Поликарпова, «Арифметика» Л. Магницкого, «Юности честное зерцало...» и др.), созданием Славяно-греко-римской академии и, наконец, Петербургской Академии наук и университета [Коммуникативный потенциал..., 2018, с. 70—71].

Более того, в XVII веке, к которому относится функционирование первой рукописной переводной отечественной газеты «Вести-Куранты» (ее статус по-прежнему остается дискуссионным), складываются исторические условия для формирования русской нации. Петровская же эпоха (первая четверть XVIII века) — время серьезных преобразований во всех сферах жизни русского общества, в том числе в науке, культуре, — стала начальным этапом формирования национального языка русской нации.

Не менее масштабным и значимым в этом далеко не исчерпывающем перечне исторических событий данного периода стало создание первых отечественных газет (рукописной и печатной).

Известно, что появлению печатной периодики во многих странах предшествовало функционирование рукописных информационных изданий, называемых листками, реляциями, ведомостями. И в России до организации первой печатной газеты «Ведомости» существовало довольно длительное время — в течение 80 лет — подобное рукописное издание, известное в разное время под названиями «Куранты», «Столбцы», «Вестовые письма». Содержание рукописных отечественных «Курантов» главным образом составляли политические и династические новости при фактическом отсутствии культурных, торговых и экономических тем. Сообщения поступали в основном от послов и специальных агентов, встречались так-

же «распросные речи», представляющие собой «показания» прибывших в Россию из-за границы лиц [Там же, с. 9]. «Куранты», в отличие от более поздней печатной газеты, были адресованы прежде всего государю и не предназначались для массового распространения, хотя и зафиксированы факты их отправки в те города, где находился царь и его приближенные. На отличительную особенность печатного издания, выделявшую его на фоне первых европейских повременных изданий, указывает, например, Б. И. Есин, говоря о государственном общенациональном характере газеты и способности быть не только «простым листком для публикаций известий», но и «носителем и руководителем общественного мнения» [Есин, 1971, с. 10—11].

2. Значимость и типологическая характеристика «Ведомостей Петра Великого» как первого печатного периодического издания

На смену рукописной переводной газете закономерно пришла первая печатная отечественная газета, которая вошла в обиход как «Петровские ведомости», имея целый ряд других официальных названий. Как известно, она была «вызвана к жизни» Петровской эпохой — временем серьезных реформ.

Первая значимая характеристика «Ведомостей» заключается в важности газеты для социокультурного пространства государства, что обусловлено самой целью создания первого печатного повременного издания, которую обозначил государь в Указе от 16 декабря 1702 года: «для извещения о заграничных и внутренних происшествиях» [Ведомости, 1903, с. 60]. Выход в свет первого номера данной газеты ознаменовал начало истории печатных повременных изданий России.

Кроме того, газета явилась и значимым событием для национально-языковой культуры. В этом смысле в качестве одного из важных фактов можно считать тот, что литературный язык русской народности вступил в период преобразований, которые и привели к созданию литературного языка русской нации в XIX веке. И «Ведомости» стали не только «зеркалом», отражающим происходящие в языке процессы (демократизация, формирование жанров, в том числе публицистических, сужение сферы распространения книжно-славянского типа языка, его сближение с народно-разговорным и др.), но и «полем», где и происходили эти изменения. В частности, в газете нашло отражение упрощение синтаксиса русского языка и был введен гражданский шрифт вместо церковнославянского (см. об этом подробнее: [Коммуникативный потенциал ..., 2018, с. 70—5]).

Вторая коммуникативно значимая характеристика «Ведомостей» следует из квалификации типа первого печатного издания, которое чаще всего определяется как официальное и информационное, что в свою очередь обуславливает во многом и другие особенности, такие как отбор материала, приоритет новостей внутриполитического и международного характера, а также придворных новостей, стандартизация способов передачи информации и др. При этом, общепризнанно являясь новостной газетой, «Ведомости» тем не менее выполняли вполне определенные политические задачи, пропагандируя достижения внутренней и внешней политики государства, петровских преобразований, прославляя силу русского оружия и мощь государства. Б. И. Есин отмечает не только самобытность и оригинальность «Ведомостей» на фоне других европейских первых повременных изданий, но и серьезное отличие от них, которое, по его мнению, заключается в «государственном, общенациональном характере» первой отечественной газеты, а также в том, что первые печатные газеты в европейских странах долгое время были «простыми листками для публикаций известий» и только потом превратились «в носителей и руководителей общественного мнения» [Есин, 1971, с. 10—11; см. также: Бюхер, 1896, с. 32].

3. Особенности субъектов коммуникации в газете «Ведомости Петра Великого»

Газетный текст как коммуникативное явление предполагает ориентацию на читателя, поэтому следующие важные характеристики относятся к квалификации двух «антропоцентров» коммуникации — адресанта и адресата (целевой аудитории) (см. об этом: [Ваулина и др., 2012, с. 98—103; Клушина, 2008, с. 29, 59, 63; Кукса, 2012, с. 190—194]).

В период формирования российской периодической печати неизбежны были проблемы и «издержки производства», к которым исследователи относят неустойчивость сроков выхода (в 1718 году, например, вышел только один номер), тиража (он колебался от 30 до 4 тыс. экземпляров), объема номера (количество страниц колебалось от 2 до 22), формата, названия; неопределенность каналов и способов распространения; несформированность читательской аудитории и ее информационных потребностей.

Вместе с тем «Ведомости Петра Великого» уже «продавались в мир», и, таким образом, по меткому выражению Б. Есина, «газета вышла за стены царской опочивальни», если ее сравнивать с рукописными «Вестями Курантами» [Есин и др., 2012, с. 7]. Каким образом распространялись «Ведомости», неизвестно, более того, частично газета раздавалась «безде-

нежно», и часто тираж оставался нереализованным. Однако отметим, что у газеты появилась целевая читательская аудитория.

Понятно, что в условиях перехода от феодального общественного устройства к государственному, при наличии значительной доли безграмотного населения, трудно говорить о сформированной потребности в систематическом и оперативном получении информации. Кроме того, коммуникативно-информационные запросы просвещенной аудитории, значительная часть которой и представляла собой аппарат, реализующий переход от феодального общества к государству (или, по крайней мере, в той или иной степени участвовала в этом процессе), частично удовлетворялись путем деловой переписки.

Вследствие данных социокультурных условий целевая аудитория (один из «антропоцентров» коммуникации, коллективный адресат) первой отечественной печатной газеты была ограниченной как в количественном, так и в качественном отношении. Ее составляли образованные круги общества, дворяне, которые и были, по сути, основными адресатами первых газет. В качественном отношении целевая аудитория была более-менее однородной с точки зрения основных значимых социальных характеристик (происхождения, образования, рода занятий, статуса).

Другой «антропоцентр» коммуникации — адресант — исторически и объективно является более активным звеном в коммуникативном взаимодействии, в первой печатной газете он структурно сложен и в определенном смысле «коллективен», что характерно для ситуации массовой коммуникации в целом (см. об этом: [Клушина, 2008, с. 29, 59, 63]). Даже в начальный период зарождения отечественной журналистики условно эту исторически изменчивую структуру адресанта можно представить в виде цепочки «источник — автор — редактор — цензор — идеолог», при этом названные коммуникативные роли могут совмещаться. Так, известно, что официальным редактором газеты был директор Печатного двора Ф. Поликарпов. Позже (с 1719 года) редактировать газету стал В. Волков — переводчик, основной сотрудник газеты. Ему помогал переводчик коллегии иностранных дел Я. Синявич, признанный исследователями истории отечественной журналистики «первым русским хроникером и репортером». Точных данных о наличии других сотрудников нет, при этом известно, что «Петр I повелел всем приказам, а затем коллегиям давать материалы для «Ведомостей» [Есин, 1971, с. 11], однако чиновники часто уклонялись от этих обязанностей. Также важными источниками информации были письма и донесения военачальников Петру Первому и его собственной корреспонденция. Основным источником зарубежной информации

были газеты, преимущественно немецкие: «Hamburger Relation Courier», «Nordischer Mercurius» и др., — то есть отчасти сохранялся переводной характер периодического издания. Более того, установлено, что Петр I мог быть и автором, и редактором, и, как уже отмечалось, идеологическим демиургом «Ведомостей».

С точки зрения ключевых стратегических целей газета «Ведомости» преследовала цель разъяснения и пропаганды реформ Петра Первого. Конкретная коммуникативная задача авторов текстов первой печатной отечественной газеты — проинформировать читателя (целевую аудиторию, адресатов) о произошедших событиях, явлениях, о новых фактах действительности.

4. Авторство vs анонимность. Модели введения новой информации

Вполне понятно, что степень и формы проявления «авторства» в целом и позиции автора газетного текста, в частности, исторически изменчивы, но первые проявления авторского присутствия становятся вполне очевидными при обращении уже к ранним газетным текстам отечественной периодики.

При установлении коммуникативной специфики «Ведомостей Петра Великого» важно дать характеристику самих газетных материалов. Одна из таких характеристик особенностей заключается в преимущественной анонимности публикаций, что, собственно, свойственно текстам новостей: произошедшие события, факты преподносятся читательской аудитории, как правило, без указания автора и в современных газетах.

При этом в первой печатной отечественной газете используется употребляемая затем в газетных текстах на протяжении десятилетий формула предъявления новости по модели «Из ... пишут». Грамматически неопределенно-личная конструкция акцентировала внимание аудитории на ключевых параметрах новостей, прежде всего на месте произошедших событий, чуть реже — на временных параметрах.

Проиллюстрируем это некоторыми примерами из годового комплекта «Ведомостей Петра Великого» за 1710 год¹: *Из Липтавы пишут, что генераль Геистеръ Леиттаву крепость взялъ отъ малконтентовъ ...* (2, февраль, с. 34); *Из Риги пишут что (...) не много перестали бомбы*

1 Иллюстративный материал извлечен из годового комплекта «Ведомостей Петра Великого» за 1710 год методом сплошной выборки. Год выбран в силу специфики исторических событий: это, с одной стороны, год, следующий за годом великой победы в Полтавской битве, которая считается переломным событием в Северной войне; во-вторых, это год еще двух нескольких побед русского оружия: взятия Риги и Выборга.

В круглых скобках после приведенного примера указаны номер газеты, месяц и страница.

бросать... (7, февраль, с. 46); *Изъ Парижа пишуть, что по всеи Францыи о неначаемомъ міръ молва обносится* (8, апрель, с. 50); *Изъ гаги пишуть, что французскимъ полномочнымъ въ галандии пребывати поволено токмо мая по 18 число* (13, июнь, с. 59); *Изъ шоны пишут, что тамъ болгъзнъ огневица обносится* (16, июль, с. 65).

Глагол *пишуть* иногда заменяется синонимичным глаголом *возвѣщаютъ*, семантика которого прозрачно связана с сообщением вестей (новостей): *Изъ мадрита возвѣщаютъ, что король філіппъ комиссаровъ со многими денгами въ андалусію отослать* (2, февраль, с. 34); *Изъ Константинополя возвѣщаютъ, что салтанъ сераскерю въ бандеръ указалъ постановленный міръ съ москвою объявить* (16, июль, с. 65) и др.

При этом для автора в подавляющем большинстве текстов (новостей) крайне важно сделать акцент не только на месте, но и на конкретной дате происшествия. Чаще всего (практически в 90 % примеров) новости предшествует вводная однотипная конструкция, построенная по модели «*изъ* (название места) — название месяца — *въ* (указание дня)», например: *Изъ Гаги декабря въ 23 день ...* (2, февраль, с. 33); *Изъ Варшавы марта въ 29 день ...* (10, май, с. 52); *Изъ Копенгагена августа въ 23 день ...* (18, октябрь, с. 67); *Изъ Гамубрга октября въ 31 день ...* (20, декабрь, с. 75).

Таким образом, уже на начальном этапе становления периодической печати в России формируется значимый элемент архитектоники новости, модель «где — когда — что».

Встречаются также и другие модели введения новой информации или маркирования следующего сообщения, которые можно сгруппировать таким образом:

— конструкции со ссылкой на «грамотки» как на источник информации с сохранением указания на место (часто с указанием и на время) описываемых событий: *Венгерскіе грамотки возвѣщаютъ, что рагоцкіи и береценіи около великого варадана обртаются* (7, февраль, с. 46); *Львовскіе грамотки еще объ отъѣздѣ короля свѣйскаго изъ бандера сумнѣваются* (9, апрель, с. 50); *Копенгагенскіе грамотки марта 11 числа возвѣщаютъ, что 10 числа рано, между датскимъ и свѣискимъ, въ шонъ стоящимъ войскомъ, крѣпкіи бои послѣдующимъ образомъ учинень* (9, май, с. 51);

— конструкции со ссылкой на грамотки, но с редукцией глагола: *По лифляндскимъ грамоткамъ, осаженнои городъ Рига давно бѣ доался, естльибъ не новой изъ Стекхолма пріѣхалъ комендантъ, которои (...) принудилъ жителей градскихъ себѣ присягу учинить до послѣднія кровавои капли стоять, и вѣрнымъ быти* (7, февраль, с. 46); *По испанскимъ*

грамоткамъ государственныхн совѣтникъ короля Філіппа всею сілою радѣть сего принца при испанскомъ королевствѣ одержати ... (9, май, с. 51);

— конструкции с существительным *вѣдомость*, которое замещает в базовой формуле глаголы *пишутъ* (*возвѣщаютъ*): *Изъ горнихъ городовъ вѣдомость, что генераль Геистеръ малконтентовъ при Росенавѣ не токмо побилъ, но и Леттаву, Эперіевъ и Каснаркъ крѣпость взялъ* (2, февраль, с. 34); *Изъ Офены вѣдомость, что малконтенты на крѣпость Веіценъ напали* (8, апрель, с. 50); *Изъ французской земли вѣдомость, что зѣло міру желаютъ* (12, май, с. 56); *Изъ гелсінгена вѣдомость, что судна съ 2000 матрозами изъ новергіи прішли* (16, июль, с. 65);

— конструкции с морфологическим субститутом существительного *вѣдомость* — наречием *вѣдомо*: *Из мадрита вѣдомо чинять* (1, январь, с. 33); *По последнимъ грамоткамъ из стекхолма и калкрона вѣдомо чинітца, что многіе карабли съ хлебомъ прішли и гораздо дешевле стало* (16, июль, с. 64).

Как видно из приведенных примеров, в той части конструкции, которая содержит информацию о месте и времени описываемых событий, а иногда и об источнике новости, преобладает глагольная форма настоящего времени, употребление форм прошедшего времени встречается реже, наиболее распространены при этом модели «*Ведомость учинилась*», «*Ведомость пришла*», например: *Съ сею почтою вѣдомость прішла, что московскіе (...) балдерскіи шанецъ атаковали, и тамъ стоящихъ шведовъ ранили, и въ полонъ взяли* (7, февраль, с. 46); *При отхождении почты вѣдомость учинілась, что 11 числа (...) о удаче еще неизвѣстно* (9, май, с. 51).

В той части конструкции, в которой содержится сама новостная информация, преимущественно употребляются формы прошедшего времени, что в целом отражает коммуникативную ситуацию, когда оперативность еще не имеет принципиального значения и главным образом описываются события, произошедшие двумя-тремя месяцами ранее, чем номер газеты увидел свет (например, в майском номере находим новости за март и т. д.). Вместе с тем часто встречаются и конструкции с глагольными формами настоящего времени, которые маркируют новость как актуальную на момент ее донесения до читателя. Ср: *Из Вилні пишуть, что грамотки изъ подъ Риги возвѣщаютъ, что ежедневно бомбы въ Ригу мечуть ...* (7, февраль, с. 46); *Изъ французской земли вѣдомость, что зѣло міру желаютъ* (12, май, с. 56).

Обозначение автора сообщения по его должности / статусу и его именование по фамилии, имени, отчеству встречаются, например, в жанре

реляции. Так, шестой номер «Ведомостей» за февраль 1710 года представляет собой реляцию из письма *«къ великому государю ... отъ посла Его Царскаго Величества пребывающаго при дворѣ королевства величества дацкого, князь василья лукича долгорукого»* (6, февраль, с. 44).

С точки зрения пространственно-временного подхода, коммуникативная позиция автора газетного текста чаще всего манифестируется как позиция «наблюдателя со стороны». События изображаются с позиции внешней по отношению к изображаемому, автор предстает в роли «пересказчика», «передатчика» информации, полученной из других источников, в том числе обезличенных, как в вышеприведенных примерах, которые демонстрируют уже обозначенную ранее характеристику условной «коллективности» адресанта новости, в создании которой и донесении ее до читателя участвуют и источник информации, и непосредственный «скрытый» автор публикации, и редактор, отбирающий из писем, грамоток и других письменных источников самое важное.

Довольно редки в рассматриваемых газетных текстах коммуникативные ситуации использования *«мы-предложений»* и практически исключено употребление *«я-предложений»* (термины Г. Я. Солганика) как «меры выраженности» сильной авторской позиции, когда «производитель речи отождествляет себя с участниками событий, процессов, происходящих в мире» [Солганик, 2010, с. 70].

Примеры «включенности» автора, которая передается глаголами в форме настоящего времени 1 лица множественного числа, малочисленны: *Французы непрестанно трудятся на воинскомъ уготовленіи, однако **прімѣчаемъ** что оныя въ такомъ состояніи не будутъ противъ римского государства поступательно дѣйствовать* (11, май, с. 55); *... о чемъ подтвержденія **ждемъ*** (7, февраль, с. 48); *Изъ норвегіи шквадру нашу ежедневно **ждемъ*** (18, октябрь, с. 67).

Иногда вышеуказанные глагольные формы подчеркивают не прямую «включенность» автора непосредственно в описываемые в газетном тексте события, а образ «владельца», роль источника информации, что называется, «из первых уст»: *Изъ восточной індіи о возвращающихся 12 кораблехъ не малое опасениѣ **имѣемъ**, которые въ ірляндіи къ пристанищу кингслау приплыли, и господинъ тровинъ их осадиль (...)* (2, февраль, с. 34).

Данный факт прослеживается и в жанрах реляции (в годовом комплекте «Ведомостей Петра Великого» за 1710 год четыре такие публикации), донесения, сообщения о ходе военных действий; авторы предстают здесь сторонними наблюдателями, не являясь непосредственными участниками событий. Так, в уже упоминаемом шестом номере «Ведомостей» за фев-

раль 1710 года последовательные события сражения датской и шведской армии 10 января описываются послом России Василием Долгоруким в Дании (который по понятным причинам не был непосредственным участником сражения, однако имел информацию практически «из первых рук») от третьего лица.

И даже в тех случаях, когда в реляции реальная историческая персона является не только источником информации, но и участником событий, новость преподносится не от лица источника в формах 1 лица, а автором газетного текста в грамматических формах 3 лица, например: *Писаль къ царскому величеству генераль маеоръ ностицовъ, что онъ крѣпость оную элбингъ штурмомъ взять феврала въ 2 день (5, февраль, с. 43); Царское величество писать собственной рукою, къ его свѣтлости князю меншикову, и къ господамъ министрамъ изъ выборка, что по пришествіи его Царского величества подь выборкъ, и по учиненному отъ него разположенію къ генеральному штурму, шведскоу комендантъ той крѣпости (...) не дожидаясь оногo штюому, помянутую крѣпость 13 дня здаль (14, июнь, с. 61).*

Единственный пример употребления глагольной формы 1 лица единственного числа в газетах за 1710 год содержится в реляции о взятии города Ревеля, автором которой является сам Петр I: *Извѣствую вамъ. Что всевышній сію компанію едва не противъ прошлой дароваль. Ибо и послѣдней городъ ревелъ генералу нашему боуру на окордъ здался. И тако лифляндія и эстландія весма отъ непріятели очищены (...) онымъ вамъ поздравляемъ (19, октябрь, с. 69).* Для государя-полководца, выполнявшего и роль редактора созданной им первой печатной газеты, важно лично сообщить новость об очередной победе в Северной войне. И хотя эта реляция адресована министрам («От царскаго величества, Изъ санктъпетербурха къ господамъ министрамъ въ 16 день октября писано»), но опубликованная в газете новость становится доступной более широкому кругу читателей, что и было целью.

5. Тематический спектр газетных материалов

С точки зрения тематического разнообразия публикаций преобладают новости военного характера, составляющие около 70 % в общем потоке информации. Так, в первом номере за 1710 год из 24 новостей 18 на военную тему (75 %), во втором номере из 19 — 13 (68 %), в третьем номере из 17 — 13 (76 %) и т. д. Новости представляют собой сообщения о сражениях армий в Северной войне, об осаде Риги и ее взятии в результате осады, о взятии Ревеля, Выборга, карельской крепости, об армии и флоте

(данные о дислокации войск, об их количественных параметрах, передвижениях, маневрах) и др. Это очевидно уже из вышеприведенных примеров, к которым добавим еще несколько: *Генераль стеинбокъ въ стекхолмъ пошель* (2, февраль, с. 35); *Изъ обозу при ригѣ пишутъ, что крѣпко въ городъ стрѣляютъ* (8, апрель, с. 49); *Крѣпость мартагія штурмомъ взята* (12, май, с. 56); *Городъ доаи со всѣхъ странъ осаженъ* (13, июнь, с. 59); *Соединенное войско и мадритъ многимъ войскомъ обложено* (20, декабрь, с. 74).

Дипломатическая хроника, официальные сообщения о событиях во внешней политике, о перемещениях и встречах первых лиц государств, послов и т. д. составляют около 22 %: *Графъ стаирсъ назначенъ чрезвычайнымъ амбасадеромъ къ двору короля Августа итти* (2, февраль, с. 34); *Въ день 5 февраля цесарскіи резидентъ типоль в варшаву приехалъ* (8, апрель, с. 49); *Новый господарь волоскіи во владѣніе свое вступилъ* (10, май, с. 52); *Король свѣйскіи во всю зиму еще въ бендерѣ пробудеть* (20, декабрь, с. 75).

Новости светского характера, включающие династические (например, о смерти королев, рождении наследников, коронации, заключении браков и под.), составляют около 3 %: *15 числа изъ Константинополя чрезъ грамотки возвѣщаютъ, что у салтана всѣ его сыновья померли, нынѣ великое его обрадованіе, что отъ рабыни сынъ родился* (7, февраль, с. 46); *При отходѣ французскія почты молва учинилась, что король французскіи внезапно умеръ* (Там же, с. 48); *Всѣ подтверждаютъ, что пребываніе короля филиппа зѣло худо* (20, декабрь, с. 75).

Иные «мирские» новости (об эпидемиях, болезнях, погоде и пр.) составляют примерно столько же (3 %): *Прошлаго воскресенія великая буря была, и по томъ градъ, и такъ темно, яко в нощи съ блистаніемъ молніи и громомъ страшнымъ, что дома и окна разстрѣлися* (3, февраль, с. 37); *Въ норвегіи съ великого голоду много жителей померло* (7, февраль, с. 48); *Хотя здѣсь не жаркая погоды однако многіе болѣзни расходятся, а особливо осы* (16, июль, с. 65); *Въ стекхолмѣ люди падаютъ и мрутъ, моръ такъ умножился что въ недѣлю 1100 человекъ умерло* (20, декабрь, с. 75).

Немногочисленна группа сообщений на тему экономики (около 2 %): *Ярмонка въ леицихѣ нынѣшняго года зѣло славна будетъ, по тому многіе велможи туды приѣхали* (4, февраль, с. 41); *Духовный чинъ установилъ королю самовольно 4 міліона дать* (10, май, с. 52); *Зѣло тцатся судовои мостъ построить* (13, июль, с. 60); *Здѣсь все купецкое дѣло съ помераніемъ и свѣею запрещено* (20, декабрь, с. 75).

Отдельно в тематическом отношении имеет смысл обозначить группу публикаций, содержащих данные статистического характера. Они, как правило, сопровождают основное информационное сообщение, дополняя его количественными характеристиками. Например, в шестом номере «Ведомостей» за февраль, после краткой новости из письма генерал-майора Ностиц государю о взятии штурмом «крѣпости элблингъ» (6, февраль, с. 43), следуют перечни (реестры) убитых, раненых, взятых в плен, а также трофейного оружия.

С идейно-ценностной точки зрения авторы демонстрируют общность в отборе и преподнесении новостей, актуализируя победы русского оружия во славу отечества, прославляя мощь государства российского.

6. Заключение

Таким образом, первая отечественная печатная газета «Ведомости Петра Великого» характеризуется следующими основными коммуникативными особенностями:

(1) наличием (появлением — если сравнивать с «Курантами») «собственных корреспондентов» (= адресантов): у текстов есть «биографический» автор, хотя авторство не обозначается и тем более не персонализируется, новости преподносятся анонимно;

(2) проявлением типичной для средств массовой коммуникации в определенном смысле «коллективности» адресанта (это и сам автор, и источник информации — эти две позиции преимущественно не совпадают, и редактор — вспомним хрестоматийное свидетельство, что Петр Первый сам выступал в роли редактора), при этом в структуре «коллективного адресанта» постепенно минимизируются функциональные роли зарубежного источника новостей и переводчика и все более проявляются «собственные корреспонденты», которыми могут выступать и военачальники, и дипломатические работники;

(3) проявляющейся «заметностью» авторского присутствия (при всей анонимности) в газетном тексте, что, безусловно, нуждается в отдельной квалификации и характеристике (см. подробнее об этом: [Кукса, 2009 и др.]);

(4) расширением (фактически — появлением) целевой аудитории: это уже не только «правящая верхушка», но и образованное дворянство, хотя и малочисленное;

(5) бóльшим разнообразием содержания: расширением географии и тематики новостей, отражением ключевых исторических событий (в том числе сражений и побед в Северной войне), появлением отечественных новостей, включая «мирские», бытовые.

Источники

1. *Ведомости* Петра Великого. Выпуск второй. Издание Московской Синодальной типографии. — Москва : Синодальная типография, 1903. — 512 с.

Литература

1. *Бюхер К.* Происхождение газеты / К. Бюхер. — Санкт-Петербург : И. Юровский, 1896. — 35 с.

2. *Ваулина С. С.* Соотношение объективной и субъективной модальности в текстах первых отечественных газет / С. С. Ваулина, И. Ю. Кукса // Известия Уральского федерального университета. Серия 2 : Гуманитарные науки. — 2012. — № 4 (108). — С. 98—103.

3. *Есин Б. И.* Русская дореволюционная газета : (1702—1917) : краткий очерк / Б. И. Есин. — Москва : Издательство МГУ, 1971. — 88 с.

4. *Есин Б. И.* Три века московской журналистики / Б. И. Есин, И. В. Кузнецов. — Москва : Флинта, 2012. — 243 с.

5. *Клушина Н. И.* Стилистика публицистического текста / Н. И. Клушина. — Москва : Медиа-Мир, 2008. — 242 с.

6. *Коммуникативный потенциал* модальности в диахронии и синхронии : монография / С. С. Ваулина, И. Ю. Кукса, Н. А. Пробст, А. И. Ткаченко, А. Н. Черняков. — Калининград : Издательство БФУ имени И. Канта, 2018. — 206 с.

7. *Кукса И. Ю.* Оценка уверенности адресанта в газетных текстах XVIII века / И. Ю. Кукса // Оценки и ценности в современном научном познании : сборник научных трудов. — Калининград : Издательство БФУ имени И. Канта, 2009. — С. 200—206.

8. *Кукса И. Ю.* Синтаксические экспликативы авторской модальности в газетном тексте (на материале «Санкт-Петербургских» и «Московских ведомостей» XVIII) / И. Ю. Кукса // Политическая лингвистика. — 2012. — № 1 (39). — С. 190—194.

9. *Солганик Г. Я.* Очерки модального синтаксиса / Г. Я. Солганик. — Москва : Флинта : Наука, 2010. — 136 с.

Communicative Specificity of the First National Printed Newspaper “Peter the Great’s Vedomosti”

© **Irina Yu. Kuksa (2019)**, orcid.org/0000-0001-7177-6541, PhD in Philology, associate professor, Institute of the Humanities, Immanuel Kant Baltic Federal University (Kaliningrad, Russia), i.yu.kuksa@gmail.com.

The main communicative characteristics of the first printed Russian newspaper, “Peter the Great’s Vedomosti” are discussed in the article. It briefly indicates the historical context of the appearance of the first national print edition, determines the sociocultural and

functional significance of the newspaper, its type as a publication, including comparison with the predecessor "Vedomosti", the first handwritten newspaper "Vesti Kuranty", which status is still debatable. The main communicative parameters of the newspaper are qualified: the goal, objectives, features of the addressant and the addressee, as well as news reports in the context of the birth of national journalism. Such important for periodicals characteristics, as efficiency and information needs of the readership are commented. The problem of the authorship of the newspaper news text in this historical period is discussed. The structural complexity and different functional roles of the newspaper texts creators, as well as the way the author introduces new information, including the emergence of a news note model is emphasized. It reveals the communicative position of the author of the newspaper text in terms of the space-time approach and the means of its representation. The thematic range of newspaper materials placed in the set of "Peter the Great's Vedomosti" for 1710 is determined, a qualitative and quantitative characteristic of thematic groups is given.

Key words: history of national journalism; history of periodicals; first national newspapers; newspaper text; communication; addressant and addressee; the target audience; image of the author; ways of expressing the author's position.

Material resources

Vedomosti Petra Velikogo, 2. (1903). Moskva: Sinodalnaya tipografiya. (In Russ.).

References

- Byukher, K. (1896). *Proiskhozhdeniye gazety*. Sankt-Peterburg: I. Yurovskiy. (In Russ.).
- Esin, B. I. (1971). *Russkaya dorevolutsionnaya gazeta. (1702—1917). Kratkiy ocherk*. Moskva: Izdatelstvo MGU. (In Russ.).
- Esin, B. I, Kuznetsov, I. V. (2012). *Tri veka moskovskoy zhurnalistiki*. Moskva: Flinta. (In Russ.).
- Klushina, N. I. (2008). *Stilistika publitsisticheskogo teksta*. Moskva: Media-Mir. (In Russ.).
- Kuksa, I. Yu. (2009). Otsenka uverennosti adresanta v gazetnykh tekstakh XVIII veka. In: *Otsenki i tsennosti v sovremennom nauchnom poznanii: sbornik nauchnykh trudov*. Kaliningrad: Izdatelstvo BFU imeni I. Kanta. 200—206. (In Russ.).
- Kuksa, I. Yu. (2012). Sintaksicheskiye eksplikatory avtorskoy modalnosti v gazetnom tekste (na materiale «Sankt-Peterburgskikh» i «Moskovskikh vedomostey» XVIII). *Politicheskaya lingvistika*, 1 (39): 190—194. (In Russ.).
- Solganik, G. Ya. (2010). *Ocherki modalnogo sintaksisa*. Moskva: Flinta: Nauka. (In Russ.).
- Vaulina, S. S, Kuksa, I. Yu. (2012). Sootnosheniye obyektivnoy i subyektivnoy modalnosti v tekstakh pervykh otechestvennykh gazet. *Izvestiya Uralskogo federalnogo universiteta. Seriya 2: Gumanitarnyye nauki*, 4 (108): 98—103. (In Russ.).
- Vaulina, S. S, Kuksa, I. Yu, Probst, N. A, Tkachenko, A. I, Chernyakov, A. N. (2018). *Kommunikativnyy potentsial modalnosti v diakhronii i sinkhronii*. Kalininograd: Izdatelstvo BFU imeni I. Kanta. (In Russ.).