

Макаревич В.А., Ищенко Н.А.

УДК 821.112.2-31

ПРОБЛЕМА «ПОТЕРЯННОГО ПОКОЛЕНИЯ» В ТВОРЧЕСТВЕ Э. М. РЕМАРКА

Аннотация. Статья посвящена изучению проблемы «потерянного поколения». В работе проведено исследование проблемы «потерянного поколения» в творчестве Э. М. Ремарка. Также, рассмотрена проблема «потерянного поколения» в западном и отечественном литературоведении.

«Потерянное поколение» противопоставило обманушему их миру горькую иронию, ярость, бескомпромиссную и всеохватную критику устоев фальшивой цивилизации, что и определило место этой литературы в реализме, несмотря на пессимизм, общий у нее с литературой модернизма.

Ключевые слова: «потерянное поколение», Э.М. Ремарк, романы, первая Мировая война.

Анотація. Стаття присвячена вивченню проблеми «загубленого покоління». В роботі проведено дослідження проблеми «загубленого покоління» у творчості Е. М. Ремарка на матеріалі романів. Також, розглянута проблема «втраченого покоління» в західному та вітчизняному літературознавстві. «Втрачене покоління» протиставило обдуришому їх світу гірку іронію, лють, безкомпромисну і всеохопну критику засад фальшивої цивілізації, що і визначило місце цієї літератури в реалізмі, незважаючи на песимізм, загальний у неї з літературою модернізму.

Ключові слова: «втрачене покоління», Е.М. Ремарк, романи, перша Світова війна.

Summary. The article is devoted to the study of the problem of «lost generation». In work problem research "the lost generation" in E.M. Remarque's creativity is conducted. Also, the problem of "the lost generation" in the western and domestic literary criticism is considered. "The lost generation" opposed to the world which has deceived them bitter irony, rage, uncompromising and all-embracing criticism of foundations of a false civilization, as defined a place of this literature in realism, despite pessimism, the general at it with modernism literature. Remarque belongs to a generation of writers, whose views were formed under the influence of the First World War. Prose of "lost generation" is peculiar unmistakably recognizable poetics. This is a lyrical prose, where the facts of reality skipped through the prism of perception of the hero, is very close to the author. Not accidentally, the beloved form of "lost" - the first-person narrative, suggesting instead epically detailed descriptions of the events excited and emotional responses to them. The narrative is going like it was perceived as a story about personally experienced. The author hasn't the aim to dig for the real perpetrators of war. The world of nature is the only thing that he can oppose the war, life in its pristine forms: clear sky over the head, the rustle of leaves. The strength of the hero to go forward with clenched teeth, gives touching the ground. While the peace of person with his dreams, doubts, worries and joys crumbling, nature lives. In the literature of the "lost generation" for the hero, the characters, the plot feels like the author is deeply fascinated with the possibilities of human cognition, search of ways and methods of realization of this possibility in the art world of the individual works.

Keywords: "the lost generation", E.M. Remarque, novels, World War I.

Литература "потерянного поколения" сложилась в европейских и американской литературах в течение десятилетия после окончания первой мировой войны. Зафиксировал ее появление 1929 год, когда были изданы три романа: "Смерть героя" англичанина Олдингтона, "На Западном фронте без перемен" немца Ремарка и "Прощай, оружие!" американца Хемингуэя. В литературе определилось потерянное поколение, названное так с легкой руки Хемингуэя, поставившего эпиграфом к своему первому роману "Фиеста. И восходит солнце" (1926) слова жившей в Париже американки Гертруды Стайн "Все вы - потерянное поколение". Сказанные в одном конкретном случае, безотносительно к искусству, эти слова оказались точным определением общего ощущения утраты и тоски, которые принесли с собой авторы названных книг, прошедшие через войну [4,38].

Тема «потерянного поколения» исследовалась многими учеными, такими как И.Зарвинова, И.М.Фрадкин, К. Радек, Д.Затонский, И.А. Кашкин, А.И. Петрушкин. Они дают общую характеристику термину «потерянное поколение» в мировой литературе. Но отдельного исследования проблемы «потерянного поколения» в произведениях Э.М.Ремарка нет. Это и обусловило **актуальность** темы: «Проблема «потерянного поколения» в творчестве Э. М. Ремарка.

“Мы хотели было воевать против всего, всего, что определило наше прошлое, - против лжи и себялюбия, корысти и бессердечия; мы ожесточились и не доверяли никому, кроме ближайшего товарища, не верили ни во что, кроме таких ни когда нас не обманывавших сил, как небо, табак, деревья, хлеб и земля; но что же из этого получилось? Все рушилось, фальсифицировалось и забывалось. А тому, кто не умел забывать, оставались только бессилие, отчаяние, безразличие и водка. Прошло время великих человеческих и мужественных мечтаний. Торжествовали дельцы. Продажность. Нищета.” [1,77]. Этими словами одного из своих героев Э. М. Ремарк высказал сущность мировосприятия своих ровесников - людей “потерянного поколения”, - тех, кто прямо со школьной скамьи уходил в окопы первой мировой войны. Они не видели счастья в своей юности. Это люди, потерявшие веру в хорошее, они были уверенны в том, что все заканчивается смертью. В то же время их молодость и жизнелюбие защищают их, оставляют в них какую-то частичку романтизма, желания жить.

Целью данной статьи является проведение краткого анализа проблемы «потерянного поколения» в литературоведении. Для достижения цели исследования необходимо выполнить следующие **задачи**: 1) охарактеризовать проблему «потерянного поколения» в западном и отечественном литературоведении, 2) исследовать особенности литературы «потерянного поколения», 3) рассмотреть проблему «потерянного поколения» в творчестве Э. М. Ремарка.

Сопоставление друг с другом книг о войне, созданных в разных условиях, в разных странах, разными писателями, может быть весьма продуктивным с научной точки зрения. Отмечая сходство и различия в построении «военных» книг, в подходе к изображению реалий военного быта, боевых действий и т.п. (то есть, оставаясь в пределах «темы»), необходимо всегда помнить, что речь идет о части большого целого, и

причины этих сходств и различий коренятся в особенностях таланта и творческом пути писателя, движении национальной литературы, ведущих тенденций эпохи. Когда литература ставит вопрос: каким был человек на войне? - то меньше всего следует ожидать однозначного ответа, искать героя, приведенного к некоему общему выражению. Наоборот, только в воплощении самых разных характеров, со всеми присущими им особенностями восприятия и поведения, кроется ответ на этот вопрос.

Проникновение войны в мировое искусство шло и идет двумя путями. С одной стороны, военной проблематикой, а часто и военными сюжетами насыщаются самые различные писательские замыслы, какой бы сферы жизни они ни касались. В былые времена столкнуть героя с действительностью войны, отправить его под пули – значило уготовить ему необычную, исключительную судьбу. В литературе XX века, напротив, если писатель не расскажет о том, как отразилась на судьбе героя война, это будет восприниматься как странная и непонятная для читателя фигура умолчания. С другой стороны, писатели все чаще обращаются к военным сюжетам как к специфическому жизненному материалу, именно на нем ставя и проблемы самой войны, и проблемы нравственности, то есть человеческой сущности своих героев. Все чаще как предмет изображения в искусстве возникает поле боя, где человек живет и действует в условиях постоянной опасности и где решение любого, самого частного вопроса превращается в решение вопроса о жизни и смерти. Честь и бесчестье, верность и предательство, любовь и ненависть, храбрость и трусость – все проблемы человеческого существования завязываются здесь в тугой узел [3,65].

В каждом из произведений Хемингуэя, Олдингтона, Ремарка от страницы к странице нарастает ощущение бессмысленности кровавой бойни и крушения идеалов, в которые герои верили, всем им присуща ненависть к «высоким» словам о «защите отечества», «правом деле», «героизме» и т.д. (о какой бы стране ни шла речь); роднит все эти книги и то беспросветное отчаяние перед жизнью, которое охватывает героев на последних страницах. Также общим является особое внимание к характерам героическим, к характерам духовно красивых людей. Далеко не просто это соединение: война, ожесточение, невероятное напряжение всех сил - и духовная красота. Казалось бы, человеческая красота невозможна, когда военный быт так жесток. О несовместимости войны и духовной красоты немало говорили книги, появившиеся на Западе после первой мировой войны. Они резко подчеркивали одичание солдат, оконную безысходность и обреченность, распад личности, разочарование, потерянную идею, утрату идеалов. Это была вполне понятная реакция на несправедливую войну. Порой утешала лишь мысль о фронтовом товариществе, об индивидуальном противостоянии обезумевшему миру, как это выразилось в произведениях Ремарка и в «ремаркизме» [2,433].

Героям литературы «потерянного поколения» недоступно единение с народом, государством, классом, как это наблюдалось у Барбюса. «Потерянное поколение» противопоставило обманувшему их миру горькую иронию, ярость, бескомпромиссную и всеохватную критику устоев фальшивой цивилизации, что и определило место этой литературы в реализме, несмотря на пессимизм, общий у нее с литературой модернизма. Общность «потерянных», их духовное братство, замешанное на молодой горячей крови, оказалось сильнее продуманных выкладок различных литературных групп, которые распались, не оставляя следа в творчестве их участников [4,118].

В романе «Три товарища» Ремарк предвещает печальную судьбу потерянного поколению. Он просто повествует о своих сверстниках, об их мыслях, ощущениях, страданиях и радостях; просто вспоминает о боях и солдатских озорных досугах, о женщинах, вине, о встречах на фронте, в тылу, в смятении послевоенных лет. Ремарк описывает положение, в котором оказались эти люди. Возвратившись, многие из них нашли воронки вместо своих прежних домов, большинство потеряло своих родных и друзей. В послевоенной Германии царит разруха, бедность, безработица, нестабильность, нервная атмосфера. В романе нет громких слов и изобличающего красноречия. Автор всеми силами старался быть вне политики, но груз воспоминаний оказался слишком велик.

Таким образом, герои Ремарка находят утешение в любви и дружбе, не отказываясь от кальвадоса. Это их своеобразная форма защиты от мира, принимающего войну как способ решения политических конфликтов. Героям литературы «потерянного поколения» недоступно единение с народом, государством, классом. «Потерянное поколение» противопоставило обманувшему их миру горькую иронию, ярость, бескомпромиссную и всеохватную критику устоев фальшивой цивилизации, что и определило место этой литературы в реализме, несмотря на пессимизм, общий у нее с литературой модернизма [6].

Писатели «потерянного поколения» никогда не составляли какой-либо литературной группы и не имели единой теоретической платформы, но общность судеб и впечатлений сформировала их сходные жизненные позиции: разочарование в социальных идеалах, поиски непреходящих ценностей, стоический индивидуализм. Вкупе с одинаковым, обостренно трагическим мироощущением, это определило наличие в прозе «потерянных» ряда общих черт, очевидных, несмотря на разнообразие индивидуальных художественных почерков отдельных авторов.

Прозе «потерянного поколения» свойственна безошибочно узнаваемая поэтика. Это лирическая проза, где факты действительности пропущены через призму восприятия смятенного героя, очень близкого автору. Не случайно, излюбленная форма «потерянных» – повествование от первого лица, предполагающее взамен эпически обстоятельного описания событий взволнованный, эмоциональный отклик на них.

О том, что жизнь может закончиться внезапно, знают все. Но, далеко не каждый может это понять и осознать. Когда ты молод – ты уверен, что вся жизнь еще впереди, что у тебя огромный запас времени, энергии и сил, а это и есть самое главное заблуждение молодости. Необходимо ценить то, что есть сейчас, сегодня, ведь завтра этого уже может и не быть, любить так сильно, словно сегодня – последний день любви, дружить так, чтобы быть уверенным в искренности и надежности друга, в том, что он не обманет и

не предаст. В произведениях Ремарка можно найти исторически достоверное отражение событий военной и послевоенной Германии, тщательно «прорисованные» и точно подмеченные черты европейского и американского общества. В произведениях рассматриваются судьбы людей, которые пережили войну, а также детально описываются их мысли, переживания и как их мировоззрение изменила война. В книгах писателя есть и философия, и сентиментальность, и даже социальная аналитика. И все-таки главная его тема – это сама жизнь. Жизнь, которую он разделил со своими современниками. Жизнь, которая может прерваться внезапно, и потому стоит ценить каждый прожитый день, каждый счастливый момент и не стоит откладывать ее на завтра.

Источники и литература

1. Ремарк Э. М. Три товарища / Э. М. Ремарк. – Ташкент, 1960. – 628 с.
2. Гегель. Эстетика. – В 4-х тт. – Т. 3. – М., 1971. – С. 433.
3. Бережная В. А. Духовно-эстетические основы литературы "потерянного поколения" и ее влияние на отечественную "военную прозу" 50 - 80-х годов XX века: автореф. дис. на получение степени канд. филолог. наук: спец. 10.01.02 «Литература народов РФ» / Бережная Валентина Анатольевна. – М, 2005. – 117 с.
4. Загонский Д. «Художественные ориентиры XX века». М., Советский писатель, 1988
5. Советский Энциклопедический Словарь, М., 1989 г.
6. Ерофеев В. Трагедия “потерянного поколения” в творчестве Э. М. Ремарка [Электронный ресурс] / В. Ерофеев. – М., 2014. – Режим доступа к ресурсу: <http://www.litexplorer.ru/litexps-486-1.html>

Мельник Ю.А., Норец Т.М.

УДК 81-114

ТЕМАТИКА РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТОВ В СОВРЕМЕННОМ АНГЛИЙСКОМ И ФРАНЦУЗСКОМ ЯЗЫКАХ

Аннотация. В данной работе исследуются вербальные единицы разных уровней, функционирующие в современных французских и английских рекламных журнальных текстах. В последнее время повысилась роль в обществе социальной коммуникации, особым видом которой является реклама. Она несет в себе определенную культуру, набор знаний, оказывает опосредованное влияние на формирование мнений, поведение людей и общественное сознание. При условии определенной структуры, языка, «интонации» текста, уместном использования языковых средств, рекламное послание будет пользоваться успехом у читателей.

Ключевые слова: реклама, журнальный текст, социальные коммуникации.

Анотація. У даній роботі досліджуються вербальні одиниці різних рівнів, що функціонують у сучасних французьких і англійських рекламних журнальних текстах. Останнім часом підвищилася роль в суспільстві соціальної комунікації, особливим видом якої є реклама. Вона несе в собі певну культуру, набір знань, надає опосередкований вплив на формування думок, поведінку людей і суспільну свідомість. За умови певної структури, мови, «інтонації» тексту, доречного використання мовних засобів, рекламне послання буде користуватися успіхом у читачів.

Ключові слова: реклама, журнальний текст, соціальні комунікації.

Summary. This paper examines different levels of verbal units functioning in modern French and English texts of journal advertising. Nowadays, the role of social communication in the society is increasing, in particular the usage of advertising. Advertising is a socio-economic phenomenon, which consists of many components. It has a broad social context in different domains: economic, political, religious and moral. It carries a certain culture, a set of knowledge; it has a great effect on the formation of opinions, behavior and social consciousness. From the viewpoint of advertising communication can be defined as controlled impact implemented by means of mass communication, which is carried out through the exchange of specially designed texts and visual materials. Advertising should attract attention, have an impact on consumers' emotions and inform them. The text of advertising (slogan) and the picture, which are printed on the paper or exist in audiovisual form, represent a motivated, holistic, semantic and hierarchically organized symbolic formation. It is also a unit of communication and cultural facility, fixed on media. Representing a particular social reality, advertising is a set of the most frequently used patterns of behavior, activities, communication and interaction. Provided with certain structure, language, "tone" of the text and the use of appropriate language means the advertising message will have a success.

Key words: advertising, journal text, social communication.

Изучение проблемы адаптации журнального рекламного текста к определенному культурному и социальному пространству представляет значительный интерес для лингвистического изучения. Многие ученые в отечественной и зарубежной лингвистике обращали внимание на решение проблемы основных характерных черт рекламного текста как лингвистической единицы.

Среди зарубежных исследований по этой тематике следует выделить работы Дж.К.Лафта, Ф.Котлера, Г. Маркузе, Дж.Эванса, А.Дейяна, Р.Морриса, П.Друккера, Ч.Сэндиджа, К.Ротцолла и др. Существует также ряд работ отечественных исследователей: П.Залесского, Л.Федотовой, С.Бориснева, Л. Грановского, В.Полукарова. С социально-философской точки зрения интерес представляют работы российских исследователей, посвященных вопросам теории и истории развития рекламы В.Арцибашева, А.Зоткина, Т.Ерохиной, Т. Симонян, Э.Уткина, Н.Штернлиб, О.Феофанова. Огромного внимания заслуживают работы отечественных исследователей в области рекламных коммуникаций Б.Добролюбова, В.Евстарьева, В.Козловского, Б.Грушина, Р.Касьяненко, В.Кисмерешкина.