

УДК 811.111'373'272:374.73

Колегаева И.М.

СТАТЬЯ МУЗЕЙНОГО КАТАЛОГА: КОГНИТИВНО-КОММУНИКАТИВНЫЙ ФЕНОМЕН

Публикация посвящена когнитивно-коммуникативной специфике такого поликодового сообщения, как статья музейного каталога. Рассмотрены коммуникативные тактики вовлечения адресата в восприятие пиктографического компонента сообщения, а также возможные функциональные потери при неполной коммуникации (элиминации текстового сообщения из-за незнания адресатом языка изложения).

Ключевые слова: поликодовое сообщение, адресат-читатель, адресат-зритель, коммуникативные тактики.

Колегаева И.М. Стаття музейного каталогу: когнітивно-комунікативний феномен. Публікація присвячена когнітивно-комунікативній специфіці такого полікодового повідомлення, як стаття музейного каталогу. Розглянуто комунікативні тактики залучення адресату до сприйняття піктографічного компоненту повідомлення, а також можливі функціональні втрати при неповній комунікації (елімінації текстового повідомлення з причини незнання адресатом мови викладу).

Ключові слова: полікодове повідомлення, адресат-читач, адресат-глядач, комунікативні тактики.

Kolegaeva I.M. Museum catalogue article: a cognitive-communicative phenomenon. The publication is about cognitive-communicative features of such message as a museum catalogue article. It deals with communicative tactics of involving the addressee into reception of the pictographic component of the message. It regards, besides, possible functional losses in case of an incomplete communication (caused by the addressee's language deficiency).

Key words: polycode message, addressee-reader, addressee-on-looker, communicative tactics.

Данная статья служит продолжением и развитием темы, затронутой в предыдущей публикации [1].

Объектом изучения по-прежнему выступает статья музейного каталога как знаковое единство репродукции живописного полотна и вербальной текстовой аннотации.

Предмет анализа в теперешнем исследовании – специфические коммуникативные тактики, используемые автором аннотации для расширения информационной базы поликодового сообщения и оптимизации восприятия адресатом иконического и вербального компонентов сообщения как единого смыслового комплекса.

Цель состоит в том, чтобы очертить коммуникативные пути и вербальные средства, которые многократно оптимизируют рецептивную деятельность адресата музейного каталога. Предыдущая наша публикация завершалась выводом о том, что «именно челночная деятельность пользователя музейным каталогом (постоянное переключение из роли читателя в роль зрителя) является одной из отличительных черт коммуникации в рамках поликодового текста, каковым является единство репродукции и ее вербального комментария, представленных в музейном каталоге» [1,100].

Развивая этот тезис, мы продолжаем свои наблюдения над рецептивной деятельностью просто *зрителя* (пользователя каталогом, не знающего языка аннотации, а значит, просто *рассматривающего* репродукцию живописного полотна) и *зрителя-читателя* (пользователя каталогом, который *рассматривает* репродукцию и *читает* аннотацию).

Информационный контент аннотации в музейном каталоге предлагает сведения двух типов. Контент первого типа расширяет кругозор читателя, но не влияет непосредственно на рецепцию полотна. Контент второго типа – это сведения, которые оптимизируют восприятие живописного творения, воспроизведенного в каталожной репродукции. Охарактеризуем каждый из них отдельно.

К первому типу относятся сведения, которые можно обозначить литературоведческим термином «вертикальный контекст» соответствующего полотна. Аннотация сообщает: кем, когда и в рамках какой школы оно создано, где выставлялось, здесь содержится биографическая и искусствоведческая информация о художнике, историческая справка о полотне: сложности его атрибуции, история создания и т.п.

Паспорт полотна начинается с указания имени и псевдонима (если таковой был) живописца, времени и места его рождения и смерти. При этом данные о смерти, как правило, указаны точно, данные о рождении могут быть приблизительны: «*Pinturicchio, originally Bernardino di Betto, called Pinturicchio (around 1454 Perugia – 1513 Sienna)*» (p.5); «*Titian, originally Tiziano Vecellio, called Titian (approximately 1488/90 Pieve di Cadore – 1576 Venice)*»(p.15).

Биографические данные, упоминаемые в аннотации, акцентируют в первую очередь *творческую ипостась* личности, о которой идет речь. Читатель узнает о том, в какой мастерской учился и работал художник: “*Wildens was an assistant of Rubens, often painted landscape backgrounds for Rubens’ figure compositions*”(p.46); какую роль сыграли в его творчестве другие живописцы: “*Snyders achieved his special talent after Rubens, who was a friend of his (as was van Dyck)*”(p.48); “*Philips Koninck was influenced by Hercules Seghers and Rembrandt*”(p.56). Значительно реже указывается влияние автора аннотируемого полотна на последующее развитие живописи: “*Domenico Fetti influenced the Venetian style of painting after the end of the 16th century*” (p.32). Изредка подчеркивается уникальность творческой манеры художника: “*Vermeer was the only Dutch painter of the 17th century whose style was not connected to any school of painting*” (p.59).

Анализируемый нами музейный каталог (*Masterpieces of Dresden. Picture-Gallery “Old Masters”. By H.Marx. – Leipzig: E.A.Seeman, 1993*) [2] описывает полотна Дрезденской галереи, собранные в т.н. коллекции «Старых мастеров». История существования этих полотен насчитывает несколько столетий. Не удивительно, поэтому, что вопрос атрибуции полотна очень часто затрагивается в аннотации. Анализ показал, что 14% выборки содержит подобные сведения. Иначе говоря, более, чем в каждой десятой аннотации упоминаются факты предыдущей *ошибочной* атрибуции полотна:

(“The Adoration of the Magi” by **Francesco Francia** – И.К.) “...*was regarded at the Gallery in the beginning as a painting of Perugino*” (p.9);

(“The Meeting of Jacob and Rachel” by **Palma Vecchio** – И.К.) “...*this painting was until 1880 mistaken as a work of Giorgione*” (p.15);

(“Portrait of a Man” by **Velasquez** – И.К.) “... *this portrait reminds one of Titian under whose name it appeared in the gallery*” (p.29).

История создания полотна также является предметом обсуждения в аннотации. Упомянуты имена заказчиков и иногда длинный путь, который прошла картина, прежде чем попала в коллекцию Дрезденской галереи: “*Raphael created “The Sistine Madonna” around 1513 for the main altar of the monastery church San Sisto in Piacenza. The order came from Pope Julius II*” (p.12); (“Landscape” by Claude Lorraine – И.К.) “...*was painted on the order of a Lyon customer, but turned up in various Paris collections and finally in the collection of the Saxon envoy to the French court, Ch.H.Count Hoym, who bought it for the Dresden gallery*” (p.40).

Искусствоведческая направленность вербального сообщения в статье музейного каталога ярче всего проявляется в экспликации «интертекстуальных» связей аннотируемого полотна с художественными произведениями других мастеров живописи. Примерно каждая пятая аннотация анализируемой выборки содержит «отсылку» к какому-либо другому полотну, либо к творческой манере другого художника, либо к другой школе живописи.

Так, аннотация, комментирующая полотно «Юный знаменосец» (Piazzetta «The Young Colour-Bearer»), проводит параллели не только с живописными произведениями: «*Delacroix and Courbet would have found for him a place in a scene of commune*», но также отсылает читателя к образу литературного персонажа – знаменитого Гавроша из романа В.Гюго «Отверженные»: «*This boy is a relative of Gavroche on the barricades*» (p.34).

Рассуждая о жанровых и композиционных особенностях комментируемого полотна, говоря о сходстве и отличии разных художественных школ, автор аннотации предполагает наличие у своего читателя определенных фоновых знаний искусствоведческого характера. Например, характеристика полотна «Сводня» (Jan Vermeer «The Procuress») построена на противопоставлении двух художественных течений: «*It is closer to some compositions of the Utrecht Caravaggists than to the motives of the Dutch genre-painters of Leiden or Haarlem*», автор аннотации утверждает, что композиционно картина Вермеера восходит к манере живописца, чье имя вряд ли известно широкой публике: «*this painting was based on composition of Christaen van Couwenberch*» (p.57).

Пользователь каталога, владеющий языком издания (в данном случае английским), воспринимая информационный контент первого типа, остается исключительно в роли *читателя*, пополняющего свой тезаурус в области искусствоведения. Тот читатель, чей тезаурус уже содержит те знания, на которые опирается автор аннотации, может мысленно сравнить описываемую картину с другими полотнами и составить свое мнение о наличии интертекстуальных связей между ними. Подобная когнитивная деятельность, безусловно, обогащает весь процесс коммуникации. Пользователь

каталога, не владеющий языком издания, в данной коммуникации попросту не принимает участия.

Контент второго типа в аннотации музейного каталога, более всего соответствует тому, что в искусствоведении и литературоведении называется термином *экфрасис*, обозначающим описание произведения *изобразительного искусства в литературном* тексте [3]. Здесь, прежде всего, активизируется «челночная» деятельность адресата (владеющего языком): его переключение из роли *читателя* в роль *зрителя* и наоборот. Говоря о контенте второго типа, имеем в виду сведения о картине, о ее содержании (сюжет, фигуранты, детали), об изменениях, которые претерпело полотно и изображение на нем.

Прочитав соответствующую часть аннотации, читатель с большим интересом рассматривает репродукцию, ища в ней подтверждение сказанного.

Комментируя содержательную сторону живописного полотна, аннотация пересказывает сюжет, если картина относится к нарративной живописи (преимущественно это Библейские сюжеты), поясняет, какой персонаж изображен на полотне, чем он знаменит.

Например, аннотация к полотну «Святая Агнесса» (Jusepe de Ribera «St.Agness») поясняет, что Святую Агнессу преследовали за веру в Христа, выставив ее нагую на поругание. Пока ангел не принес ей покрывало, она прикрывала наготу, обернувшись своими волосами: «*She wrapped herself in her hair until an angel brought her cloth to cover herself*» (p.26). Прочитав об этом, пользователь каталога рассматривает женскую коленопреклоненную фигуру с длинными распущенными волосами, окутанную покрывалом, спускающимся с небес, и ситуация, изображенная на полотне, наполняется дополнительным смыслом. Если пользователь каталога (не владеющий языком изложения) соответствующего библейского эпизода не знает, его восприятие полотна «Святая Агнесса» оказывается не столь глубоким.

При необходимости аннотация содержит сведения о том, кто послужил моделью библейского персонажа. Например, в аннотации к «Сикстинской Мадонне» Рафаэля уточняется, что в образе Святого Сикста изображен Папа Юлиус II: «*St.Sixtus has a resemblance to Pope Julius II, because the acorn at the top of the tiara is part of the coat of arms of the family Rovera, from which Julius II descended*» (p.12). Читатель непременно обратит взор на фигуру святого и внимательнее рассмотрит его головной убор.

Рассказывая о полотне Мурильо (Bartolomeo Murillo «Madonna and Child»), автор аннотации указывает на то, что в образе Мадонны есть сходство с реальной знатной дамой: «*Mary allegedly resembles Dona Maria de Leganés and this painting is therefore often called «Madonna Leganés»*» (p.27). Заглавный персонаж полотна Рубенса «Bathseba», как утверждает аннотация, воплощает черты жены живописца: «*One can feel in this painting, like in all women Rubens painted after 1630, that his second wife, Hélène Fourment, was his model*» (p.44). То обстоятельство, что пользователь каталога никогда не видел прототипов персонажей, изображенных на полотне, в данном случае нерелевантно. Изложение приобретает некоторую нотку интимизации, которая привлекает читателя-зрителя.

Более 15% выборки приходится на портретную живопись. Портреты могут быть именными: т.е. название полотна содержит имя изображенного человека, указание на его социальный статус, например, Rosalba Carriera «Portrait of the Countess Anna Katarina Orzelska» или Lucas Cranach the Elder «Duke Henry the Pious and his Wife, Catherine of Mecklenburg».

Портреты могут именоваться более обобщенно, например, Pinturicchio «Portrait of a Boy» или Titian «Portrait of a Lady in White», или Bernardo Strozzi «Girl with a Viola da Gamba».

В любом случае информация о прототипе излагается в тексте аннотации, поскольку предполагается, что портрет отражает все характерные черты изображаемой личности. К примеру, комментарий к портрету французского маршала Мориса Саксонского (Quentine de la Tour «Portrait of Maurice of Saxony Marshal of France») весь состоит из пересказа жизненного пути Мориса графа Саксонского, его военных успехов и побед и завершается следующим пассажем: «*He was not only a soldier but also a man of the salons, educated, clever and a friend of Voltaire and Marquise de Pompadour. The painting by De La Tour emphasizes this side of his personality*» (р.39). Подобное оценочное высказывание подталкивает *читателя* обратиться к репродукции портрета (т.е. переключиться на роль *зрителя*), чтобы попытаться удостовериться в сказанном самостоятельно.

Контент второго типа в аннотациях музейного каталога особенно интересен в плане изучения коммуникативных тактик вовлечения читателя в процесс восприятия полотна, о котором ведется рассказ. Кроме упомянутой выше **тактики интимизации повествования**, здесь широко используется **тактика акцентирования изобразительной детали**. Так, например, в аннотации к известному полотну Лиотара «Шоколадница» (Jean-Etienne Liotard «The Chocolate Girl») комментируется особенность передачи освещения: «*The painting... is illuminated through two windows, which reflect in the glass*» (р.39). Репродукция, занимающая все пространство каталожной страницы, имеет размеры 25,5 x 15,85 см. Деталь, о которой упоминается в аннотации, – это изображение стакана с водой на подносе в руках девушки. В стеклянных стенках стакана (его высота на репродукции 16 мм) видны два крохотных отражения окон, через которые предположительно падает свет на фигуру девушки; изображения окон как таковых на картине нет. Вероятность того, что зритель, рассматривающий репродукцию, обратит внимание на эту деталь, ничтожна. Автор аннотации прибегает к тактике вовлечения адресата в активный процесс восприятия всего поликодового сообщения, заставляя читателя-зрителя присматриваться к тому, что *изображено* для того, чтобы лучше воспринять то, что *сказано*.

Некоторые детали изображения хотя бы гипотетически могут быть замечены зрителем самостоятельно, без подсказки текстовой аннотации. Однако в поликодовом сообщении статьи музейного каталога есть сведения о таких особенностях ее пиктографической составляющей (репродукции), которые в принципе не доступны адресату-зрителю. Только адресат-*читатель*, к примеру, в статье Joos van Cleve «The Small Adoration of the Kings» получает информацию о том, что на полотне есть изображение художни-

ка – автора картины: *“The painting contains the self-portrait of the master...in the centre, behind the parapet, one hand in front of his chest, pushed into his coat”* (р.60). Многофигурная композиция «поклонения волхвов» на переднем плане изображает Марию с младенцем, Иосифа и трех волхвов. На заднем плане видны фигуры трех мужских персонажей, наблюдающих за приношением даров новорожденному Иисусу. Одна из фигур и есть автопортрет художника, распознать которого можно по упомянутым в аннотации деталям: мужчина стоит за парапетом, рука засунута за лацканы сюртука. Поиски этой фигуры на полотне адресатом-зрителем стимулируются использованной в тексте аннотации коммуникативной тактикой, нацеленной именно на то, чтобы переключить адресата с одной коммуникативной роли на другую: *читатель* становится *зрителем*. Самоочевидно, что адресат-зритель (и только) подобной информации не получает.

Еще одним информационным «бонусом» адресату-читателю, недоступным адресату-зрителю (и только), оказываются сведения о том, чего в настоящее время **нет на полотне**, но что было на нем ранее. Так, например, аннотация в статье Giorgone «Sleeping Venus» сообщает читателю, что в картину, написанную в 16 веке, спустя три столетия были внесены изменения: фигура купидона, который любит спящую Венеру, была закрашена в 19 веке. *“A cupido, which was sitting in former times worshipping the Venus is now only discernible through x-rays. The hardly recognizable remains were painted over in the 19th century”* (р.16).

Широко известная картина Рембрандта «Автопортрет с Саскией», по утверждению автора аннотации, изначально имела не только другое название и тему «Блудный сын в таверне с проститутками», но и другой формат (горизонтальный, а не вертикальный, как сейчас). Однако художник «отрезал левую часть полотна, и картина обрела вертикальный формат»: *The history of origin of this painting is complicated. It was designed in landscape format and as a motive with many figures as “The Prodigal Son in a Tavern with Prostitutes”. The painting was later cut down on the left hand side by Rembrandt, as a result of which the upright format originated”* (р.50).

Адресату-читателю музейного каталога становятся известными некоторые детали из истории создания полотна, которые недоступны адресату-зрителю. Например, аннотация в статье Jacob Jordans «The Family of Christ at the Sepulchre» сообщает, что картина после ее создания была переписана автором (в искусствоведении это обозначается термином *пентименто* [4]) под влиянием полотна Караваджо «Погребение Христа». Следствием этого влияния, сказано в аннотации, является не только изменение эмоциональной тональности картины, но и ее композиции: тональность стала более сдержанной, а из композиции исчезло изображение могилы. *“This early painting was later partly painted over by the painter and displays clearly the influence of Caravaggio’s “Entombment of Christ”, which ...led to use such restrained and dignified expressions in his painting style. The figures display “composure”. In connection with Caravaggio’s composition also arises the impression that on the left hand side the grave with the body should follow”* (р.46). Подобная информация побуждает читателя внимательнее присмо-

треться к полотну, возможно, домысливая, как могла выглядеть картина до ее переделки.

Коммуникативная тактика вовлечения читателя в созерцание аннотируемого полотна эксплицируется целым рядом вербальных маркеров. Подобными маркерами являются упоминания фигуры «наблюдателя», с которой читатель каталога идентифицирует себя: «*The observer can feel in front of this painting...*» (p.18); «*the observer is reminded in front of this painting that Annibale Caracci was overwhelmed by the paintings of Veronese*» (p.23).

К подобным маркерам относится также использование инклюзивного **we** и обобщающего **one**: «*we see on this painting the rebirth of antique architecture*» (p.9); «*the landscape speaks to us in much quieter shades*» (p.15); «*our painting was listed in "Liber Veritatis as number 110"*» (p.40); «*after close inspection one can notice under plain features, deep thoughts and feelings*» (p.5).

Не только личный, но и временной и, особенно, пространственный дейксис в тексте аннотации выступает мощным средством вовлечения читателя в созерцание репродукции. Наречие **here**, указательные местоимения **this, these** обозначают аннотируемое полотно **this painting/portrait/picture/pastel** или то, что изображено на нем, **this Madonna/panoramic view/silence**, помещая картину и читателя-зрителя в единое пространственное поле.

«Эта картина», «этот портрет», «это полотно» упоминаются в тексте аннотации, акцентируя пространственную близость читателя-зрителя и полотна, представленного на репродукции, в едином визуальном поле с текстом. Читателю нет необходимости перелистывать страницы каталога, репродукция непременно расположена рядом с текстом и адресат может легко перевести взгляд на картину, переключившись на роль зрителя, а затем возвратиться к тексту.

Интересными представляются наблюдения над функционированием слов-шифтеров, маркирующих роль адресата в восприятии пространства, изображенного на полотне.

Как известно, **антропоцентрическая концептуализация пространства** по оси **право <—> лево** (также, как и по оси **впереди <—> позади**) предполагает наличие человека, воспринимающего некоторый локус. Судя по текстам аннотаций, таким человеком может быть, а может и не быть читатель, становящийся зрителем, созерцающим репродукцию.

Ось **впереди <—> позади** полностью реализуется в замкнутых рамках изображенного локуса. Для зрителя, рассматривающего картину, **все**, что он видит, находится **впереди** него. Этот факт не рефлектируется. Пространственные отношения **впереди <—> позади** маркируются, ориентируясь на фигуру персонажа или другую заметную деталь изображенного локуса.

Так, аннотация к многофигурной картине Пуссена «Царство Флоры» сообщает читателю-зрителю о том, кто именно изображен на полотне. Для облегчения поиска соответствующих фигур автор указывает их простран-

ственные координаты: «**позади Аякса, перед деревьями, украшенными гирляндами, находится статуя Приапа**» («**Behind Ajax, in front of trees entwined with festoons, is a statue of the futility-god Priaus**») (p.41). Точкой отсчета в этой пространственной оси выступают изображенные объекты.

Точка отсчета пространственной оси **право** \longleftrightarrow **лево** находится в локусе зрителя и иногда (очень редко) в локусе изображенного мира. Слова-шифтеры **right** \longleftrightarrow **left**, касающиеся полотна в целом, рамы, ориентированы только относительно позиции наблюдателя: “*The afternoon sun shines from **the right hand side***” (p.53); “*The biblical theme is displayed **at the left edge of the painting** and the small figures are disappearing in the dark forest*” (p.40).

Любопытная ситуация складывается при необходимости ориентации зрителя по оси **право** \longleftrightarrow **лево**, если на полотне изображена центральная человеческая фигура, (как правило, лицом к зрителю). В этом случае имеет место зеркальное отражение пространства: то, что с точки зрения зрителя находится **справа**, автоматически, оказывается по **левую** руку от изображенного человека.

Наши наблюдения над выборкой свидетельствуют, что в подавляющем большинстве подобных случаев центром координат **право** \longleftrightarrow **лево** становится не человек на картине, но человек перед картиной, т.е. зритель. На полотне Bernardo Strozzi «Girl with a Viola da Gamba» изображена молодая женщина, которая **правой рукой** опирается на бюро, на нем лежат открытые ноты и скрипка, при этом аннотация описывает картину так: «*the woman holds a Viola da gamba. Some books of music and a violin are **on her left side***” (p.31).

Монументальное полотно живописца 16 века Корреджио, написанное для алтаря в г. Модена, имеет пирамидальную композицию: по центру вверху расположена фигура Мадонны с младенцем, **по правую руку** от нее – Иоанн Креститель, по **левую** – Святой Георгий. Статья в каталоге Correggio “Madonna with St.George” описывает расположение фигур на полотне с точки зрения зрителя: “*the figure standing **on the left hand side** is John the Baptist...**on the right side**, elegantly poising, is St.George*” (p.20).

Тщательный анализ выборки из 59 статей каталога выявил единственный случай применения «персонажной» точки отсчета для оси **право** \longleftrightarrow **лево**. Описывая зимний пейзаж в статье Jan Wildens «Winter Landscape with Huntsman», автор аннотации упоминает детали, находящиеся **по правую руку** от центральной фигуры охотника, говоря о них: «***on the right hand side** only some closely seen bare trees and bushes appear*» (p.46).

Таким образом, очевидно, что слова-шифтеры в тексте аннотации музейного каталога в качестве фокуса, прежде всего, имеют фигуру читателя-зрителя. Они также эксплицируют включенность пользователя каталога в единый локус, объединяющий адресата и статью каталога, причем единство локуса имеет как физическое (на пространстве страницы), так и когнитивное (в процессе рецепции иконического сообщения) измерения.

Все выше сказанное в первую очередь относится к деятельности поль-

зователя каталога, владеющего языком изложения, а потому способного подчиняться применяемым к нему в аннотации коммуникативным тактикам, что приводит к обогащению его индивидуального тезауруса сведениями из текста аннотации, а также к более глубокому (рецептивному и когнитивному) восприятию предложенной репродукции.

Пользователь каталога, лишенный возможности прочесть текст, вынужден ограничиваться созерцанием живописного полотна с опорой на собственные запасы искусствоведческого тезауруса. Предположительно это активизирует его индивидуальную творческую коммуникативную деятельность. Однако существенный информационный потенциал, предлагаемый аннотацией, остается невостребованным, в конечном итоге все же обедняя коммуникативную (как рецептивную, так когнитивную) деятельность пользователя музейного каталога.

Подводя итог выполненным наблюдениям, скажем следующее. Статья музейного каталога представляет собой поликодовый семиотический комплекс, реализующий разнообразные средства и коммуникативные тактики для оптимизации адресатной деятельности пользователя каталога, как в коммуникативной роли читателя, так и в коммуникативной роли зрителя. Отсечение одной из этих ролей (к примеру, невозможность прочесть текст аннотации) значительно обедняет не только рецептивную, но и когнитивную деятельность пользователя музейного каталога.

ЛИТЕРАТУРА

1. Колегаева И.М. Музейный каталог как вид поликодового текста // Записки з романо-германської філології // Одеський національний університет імені І.І.Мечникова: ф-т романо-германської філології. – Вип. 1 (32). – Одеса: КП ОМД, 2014. – С.92–101.
2. Masterpieces of Dresden. Picture-Gallery "Old Masters". By H.Marx. – Leipzig: E.A.Seeman, 1993. – 64 p.
3. Экфрасис. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Экфрасис>.
4. Большой англо-русский и русско-английский словарь. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.английскиесловари.рф/bolshoy_anglorusskiy_i_russkoangliyskiy_slovar/ page/pentimento.280460.

Стаття надійшла до редакції 17.11.2014 р.