

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«ПЕРМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

**ПРОБЛЕМЫ ФИЛОЛОГИИ
ГЛАЗАМИ МОЛОДЫХ ИССЛЕДОВАТЕЛЕЙ**

*Сборник материалов международной конференции
студентов, аспирантов и молодых ученых
«Филология в XXI веке»*

(г. Пермь, 19–20 мая 2023 г.)



Пермь 2023

УДК 80
ББК 1.1/2+83
П781

Проблемы филологии глазами молодых исследователей
П781 [Электронный ресурс] : сборник материалов международной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых «Филология в XXI веке» (г. Пермь, 19–20 мая 2023 г.) / Пермский государственный национальный исследовательский университет. – Электронные данные. – Пермь, 2023. – 4,56 Мб; 251 с. – Режим доступа: http://www.psu.ru/files/docs/science/books/sborniki/problemy_filology_2023.pdf. – Заглавие с экрана.

ISBN 978-5-7944-4075-1

В сборнике публикуются материалы докладов участников международной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых «Филология в XXI веке», проведенной на базе филологического факультета Пермского государственного национального исследовательского университета.

Издание предназначено для широкого круга читателей.

УДК 80
ББК 81.1/2+83

*Издается по решению ученого совета филологического факультета
Пермского государственного национального исследовательского университета*

Ответственный за выпуск *Д. А. Сухоева*

Рецензенты: канд. филол. наук, доцент кафедры «Иностранные языки, лингвистика и перевод» Пермского национального исследовательского политехнического университета *О. В. Соболева*;

канд. филол. наук, доцент департамента иностранных языков НИУ ВШЭ – Пермь *Л. М. Пантелева*

ISBN 978-5-7944-4075-1

©ПГНИУ, 2023

СОВРЕМЕННОЕ КОММУНИКАТИВНОЕ ПРОСТРАНСТВО

УДК 070

Елена Сергеевна Воробьева
студент филологического факультета
Пермский государственный
национальный исследовательский университет
elenasparrow11@list.ru

СПЕЦИФИКА ВОСПРИЯТИЯ ТЕКСТА, НАПИСАННОГО ЧЕЛОВЕКОМ И НЕЙРОСЕТЬЮ

Статья посвящена изучению особенностей восприятия читателями журналистских текстов, опубликованных в деловой газете и сгенерированных нейросетью. Исследование проводилось на основе опроса 89 респондентов разных возрастных категорий. Респондентам требовалось прочитать две новости и две статьи на одинаковую тему и определить, кем был написан каждый текст: человеком или нейросетью, а также оценить тексты по пяти критериям: информативность, достоверность, логика, грамотность и удобочитаемость. Эксперимент показал, что с помощью нейросети не получится написать качественный текст для публикации в деловых СМИ.

Ключевые слова: нейронные сети; нейросети; журналистский текст; восприятие текста; средства массовой информации; искусственный интеллект; специфика восприятия.

Введение

В современном мире одним из актуальных вопросов, которые волнуют общество, стала возможность замены сотрудников, занимающихся журналистской деятельностью, на нейронные сети. На сегодняшний день главным объектом общественного интереса стал чат-бот с искусственным интеллектом ChatGPT, разработанный компанией OpenAI. Он способен создавать программный код, писать тексты, создавать приложения для мобильных телефонов и выполнять другие задачи. С помощью ChatGPT уже написаны школьные сочинения, дипломные работы и научные статьи. Так, например, на данный момент проходит рецензирование статья сотрудницы Гетеборгского университета А. Османович-Тунстрем, которая поставила перед ChatGPT задачу написать академическую статью о самом себе, а также спросила у чат-бота разрешение на публикацию материала. В заключении GPT-3 сделал вывод, что написание академической статьи чат-ботом возможно, но нужно учитывать, что он не может уловить все нюансы человеческой речи и генерировать уникальные идеи и точки зрения [GPT-3, Osmanovic-Thunström, Steingrimsson 2022: 6].

ChatGPT создавали на суперкомпьютере Azure AI на основе языковой модели GPT-3,5 – Generative Pre-trained Transformer. Особенностью нейросети является способность запоминать и анализировать информацию, генерируя на ее основе связный и логичный текст. Чат-бот обучали на базе текстов, которые опубликованы в интернете, с помощью системы Reinforcement Learning from

Human Feedback – обучение с подкреплением, основанным на обратной связи от человека. В процессе обучения нейросети дается пример, который состоит из значения входных данных и желаемого выхода. Когда нейросеть становится способна работать с дополнительными тестовыми примерами, ее можно использовать в новых случаях [Ксенофонтов 2020: 29].

Объект и методы исследования

Цель нашего исследования заключалась в том, чтобы определить, могут ли читатели отличить текст, сгенерированный нейросетью, от материала, написанного журналистом для деловой газеты, и заметить фактические, логические, речевые и другие ошибки, допущенные нейросетью. Кроме того, было важным выявить наиболее распространенные ошибки в «искусственном» тексте, которые «выдают» творчество нейросетей. Результаты, полученные в рамках исследования, позволяют предположить, способны ли нейронные сети заменить профессиональных авторов на современном этапе технологического прогресса.

Наше исследование проводилось методом опроса 89 респондентов из разных возрастных категорий. Условно мы разделили их на школьников (16–18 лет), студентов (19–23 года), молодых специалистов (24–45 лет), опытных специалистов (46–70 лет), а также детей до 16 лет.

В рамках опроса респондентам предлагалось прочитать две новости и две статьи на одинаковую тему и определить, кем был написан каждый текст – человеком или нейросетью. Далее требовалось оценить тексты по предложенным параметрам: информативность, достоверность/убедительность, логика, грамотность и удобочитаемость. Опрашиваемым не давалось возможности сравнить предложенные тексты для того, чтобы воссоздать наиболее естественные обстоятельства – так, будто читатель увидел текст в СМИ, социальных сетях или на вебсайте.

Аналогичное исследование проводилось учеными из Германии в 2016 г. Результаты показали, что оценка читателями «искусственных» и написанных человеком текстов различается незначительно, а также позволили предположить, что в скором времени интерес читателей будет склоняться в сторону текстов, созданных нейросетью [Graefe, Haim, Brosius, Naarmann 2016: 19].

Результаты эксперимента

В ходе обработки результатов выяснилось, что почти половина читателей не видит разницы между текстами человека и нейросети, а также переоценивает возможности машины.

В первой новости под заголовком «В Циндао обсудили гуманитарные обмены между странами Шанхайской организации» творчество нейросети распознали 53 респондента – это 59,6% опрошенных, 17 из них из возрастной категории 24–45 лет. 36 респондентов, или 40,4%, предположили, что предложенная новость написана человеком. Большая часть из них – 22 респондента – школьники в возрасте 16–18 лет. Первый текст нейросети получил более 30% высших оценок по каждому критерию. Большая часть проголосовавших находится в возрастной категории 16–18 лет.

В сгенерированном нейросетью тексте присутствовали грубые фактические и речевые ошибки, а также две пунктуационные ошибки. Последние три

абзаца новости не соответствовали действительности. Внимание на это обратили только девять респондентов, оценив достоверность и убедительность текста на один балл.

Вторая новость – «В Циндао обсудили гуманитарные обмены между странами Шанхайской организации сотрудничества» – получила 57,3% голосов в пользу того, что она была написана человеком. Такого мнения придерживается 51 респондент. Однако 38 читателей, или 42,7%, сделали вывод, что текст сгенерирован нейросетью. Оценки материала в этом случае были не намного выше: 40-50% респондентов поставили пять баллов тексту по всем критериям.

Респондентам было предложено добавить к ответам комментарии. В них они могли указать признаки, по которым распознали авторство текстов. Комментарии во многом зависели от индивидуального отношения опрашиваемых к творчеству нейронных сетей. Логические и фактические ошибки читатели относили к признакам как нейросети, так и журналиста.

Основными причинами, по которым респонденты распознавали «искусственный» текст, стали сухость подачи информации, слишком подробные описания, перегруженность статистикой, фактические и логические ошибки. Открытием стало то, что некоторые респонденты посчитали текст нейросети «слишком логичным».

Признаками работы журналиста респонденты назвали интересный заголовок, большой объем материала, логичность и последовательность повествования, наличие примеров, пояснений, мнений, специальных терминов, выводов, сложные речевые конструкции, фактические и логические ошибки.

Исходя из результатов опроса, удалось сделать ряд выводов.

Во-первых, эксперимент позволил выявить зависимость оценки достоверности/убедительности текста от осведомленности читателя. Респондент, не знакомый с представленной в тексте информацией, не имеет возможности объективно определить ее правдивость. По этой причине большинство опрошенных предпочли поверить в упомянутые в новости от нейросети факты и высоко оценили их.

Во-вторых, была обнаружена зависимость оценки от назначения текста. Читатели не распознают, что текст написан человеком, из-за большого количества статистики, что является спецификой подачи определенного СМИ. Отсутствие эмоций и авторской оценки, которые не свойственны деловому изданию, для многих респондентов стали признаком нейросети.

В-третьих, в результатах опроса заметны особенности восприятия текста определенной категорией респондентов. Школьники оценили текст как художественный, а не как журналистский. Для них темы неактуальные и неинтересные, поэтому они расценивают их как произведение нейросети. Кроме того, молодое поколение склонно переоценивать возможности нейросетей и доверять «искусственным» текстам больше, чем написанным человеком. Подростки и молодые люди присваивают нейросети качества, которыми на самом деле обладает «живой» автор. Ошибки для них являются недостатком человека, а нейросети считаются грамотными и достоверными, «нейросеть не ошибается».

В то же время респонденты из возрастной категории 46–70 лет, увидев в тексте любую ошибку, чаще относят его к творению нейросети.

На сегодняшний день нейросеть по-прежнему допускает грубые ошибки в интерпретации информации. Самыми частыми признаками, которые выдают авторство нейросети, стали фактические ошибки и «сухость» изложения. Несмотря на то, что новости, написанные человеком и нейросетью, получили практически равное количество голосов от респондентов, статья журналиста показалась респондентом более «живой», интересной и легкой для восприятия.

На основе случаев, в которых нейросеть использовалась для написания научных статей, дипломных работ, журналистских материалов и так далее, можно сделать вывод, что нейросеть не сильно отличается от поисковика. Она подбирает подходящую информацию по теме, из которой человек может собрать текст. Соответственно, некоторые факты, которые нейросеть автоматически прикрепляет к определенной тематике, могут по логике не относиться к требуемому тексту. В нашем случае, например, корейская фамилия Ким в первом тексте про Китай, набор случайных фактов про автосервисы в третьем тексте про «Авито». Также не стоит забывать, что корректность ответа от нейросети зависит от корректности промпта.

Выводы

Исходя из вышеизложенного, следует подчеркнуть: нейросеть не справляется с узкоспециализированными текстами или локальными новостями, о которых трудно собрать информацию из открытых источников. Самостоятельное написание подобного материала нейросетью без участия журналиста невозможно, так как мнения экспертов в материале эксклюзивны.

Целевая аудитория деловых изданий – это респонденты из возрастной категории 24–45 лет, также присутствуют читатели в возрасте 46–70 лет. Представители этих возрастных категорий обладают достаточным уровнем знаний и опыта, чтобы выявить ошибки, которые допускает нейросеть. Также очевидно, что ключевая цель средств массовой информации – предоставлять достоверную информацию населению, поэтому у них нет права на ошибку.

Таким образом, нейросеть может быть полезным инструментом в руках журналиста, но не может являться самостоятельным автором уникального текстового контента для публикации в средствах массовой информации.

Список литературы

Ксенофонтов В. В. Нейронные сети // Проблемы науки. 2020. №11 (59). С. 28–29.

GPT-3, Osmanovic-Thunström A., Steingrimsson S. Can GPT-3 write an academic paper on itself, with minimal human input? // HAL open science, 2022. 7 p. [Электронный ресурс]. URL: <https://hal.science/hal-03701250v1> (Дата обращения: 17.04.2023).

Graefe A., Haim M., Brosius H-B., Haarmann B. Perception of Automated Computer-Generated News: Credibility, Expertise, and Readability // Journalism №19 (5), 2016. С. 1–29. [Электронный ресурс]. URL: https://www.researchgate.net/publication/289529002_Perception_of_Automated_Computer-

Generated_News_Credibility_Expertise_and_Readability (Дата обращения: 15.04.2023).

E. S. Vorobeva

Student of Philological Faculty
Perm State University

THE SPECIFICITY OF PERCEPTION OF A TEXT WRITTEN BY A HUMAN AND A NEURAL NETWORK

The article is devoted to the study of the peculiarities of readers' perception of journalistic texts published in a business newspaper and generated by a neural network. The research was based on a survey of 89 participants of different age categories. Respondents were required to read two news on the same topic and two articles on the same topic and determine who wrote each text: a person or neural network, as well as evaluate the texts according to five proposed criteria: information content, reliability, logic, literacy and readability. As a result, we came to the conclusion that using a neural network is not usable to write a high-quality text for publication in business media.

Key words: neural networks; neuronet; journalistic text; perception of a text; mass media; artificial intelligence; specificity of perception.

УДК 82.0:316.77

Виктория Сергеевна Громова
студент филологического факультета
Пермский государственный
национальный исследовательский университет
vectysa@gmail.com

ОСНОВНЫЕ РОССИЙСКИЕ ПЛАТФОРМЫ ДЛЯ КОММУНИКАЦИИ ФИКРАЙТЕРОВ: СТРУКТУРА САЙТОВ КАК СПОСОБ ФОРМИРОВАНИЯ СООБЩЕСТВА

В статье проанализированы основные платформы для публикации и распространения фанфиков с точки зрения их соответствия особенностям субкультуры фикрайтеров. Особое внимание уделено ролям и опыту пользователей, посещающих избранные сайты. Результаты анализа квантифицированы и размещены в сравнительной таблице. Согласно исследованию, большей популярностью пользуется платформа, которая отражает специфику субкультуры в интерфейсе.

Ключевые слова: фанфикшн; субкультура; фикрайтинг; платформы; фикбук; фанфикс.ми; ватпад.

Введение

Фикрайтеры – это современная молодежная субкультура, авторы и читатели фанфиков – любительских произведений, созданных по мотивам оригинальных произведений, концепций и вселенных [Синякова 2021: 99]. Чаще всего сообщество фикрайтеров не разделяется на читателей и писателей, наоборот, оно стремится к слиянию этих понятий.

Поскольку нынешняя эпоха характеризуется стиранием границ, фанатам становится мало пассивного восприятия и потребления – они стремятся к сотворчеству. Этот феномен называется *партиципация* – совместное действие, соучастие в каком-либо процессе. В рамках исследования она характеризуется возможностью пользователей активно создавать медиаконтент и обмениваться им с единомышленниками [Деникин 2018: 61]. Одним из сегментов партициптивной культуры и являются фикрайтеры.

Фикрайтеров совершенно справедливо можно считать субкультурой, потому что они отвечают основным критериям [What is a Subculture?]. К таким критериям относятся:

1. *Особый набор ценностей и знаний.* Среди фикрайтеров ценится глубина погружения в определенный фандом или контекст, а также навыки создания качественной работы.

2. *Наличие сленга.* Для успешной коммуникации в фикрайтерской среде необходимо знать язык общения, особый сленг. Например, «ангст», «флафф», «слэш»¹.

3. *Внутренние социальные статусы и роли.* Существует разделение на фандомы – сообщества фанатов различных произведений, концепций, игр и других вещей. И существует разделение на роли: *авторы, соавторы, «беты»* (редакторы грамотности), *«гаммы»* (редакторы фактических недочетов).

Помимо универсальных критериев субкультуры, можно выделить специфические черты сообщества фикрайтеров. Например, баланс синкретичности субкультуры и ее дифференцированности, то есть объединения множества фандомов в одной субкультуре. В фикрайтинге нет традиции отделения читателей от авторов, последователей одного культурного феномена от последователей другого: фикрайтер может принадлежать к нескольким фандомам сразу.

Специфической особенностью фикрайтинга можно считать его существование только в интернет-пространстве, поскольку субкультура сформировалась уже в сетевую эпоху².

Объектом нашего исследования стали самые популярные в России платформы для коммуникации фикрайтеров: Ficbook, Fanfics.me и Wattpad. Ресурсы рассматриваются в логике тезиса теоретика медиа Л. Мановича: «software is the message»³ [Манович 2014: 79], отсылающего к программному выражению М. Маклюэна «the medium is the message»⁴. Методологической основой настоящей работы послужило исследование Л. Мановича «Языки новых медиа», в котором конструируется тезис о понимании интерфейсов онлайн-ресурсов как сегмента новых медиа, построенного через иерархию слоев [Манович 2018: 19].

В настоящем исследовании мы сосредоточим внимание на слоях контента и структуре ресурсов для фикрайтеров. Для анализа описанных платформ используются универсальные критерии анализа [Такташин, Исляев: 2017]:

1. *Простота, доступность и полезность.* Простота вхождения и доступность контента для разных категорий пользователей, наличие инструментов для разделения пользовательских ролей, удобство навигации.

2. *Содержание.* Объем контента: количество фандомов и наличие написанных по каждому фандому работ, количество пользователей и фанфиков.

3. *Полезность (содержание и доступность).* Удобным для читателей является наличие разнообразных фанфиков по разнообразным фандомам, а для авторов наличие широкого спектра функций и возможностей для создания, публикации и распространения работ.

Проведенный анализ необходимо квантифицировать для общего сравнения платформ. В рамках этого исследования мы используем балльный способ с использованием оценочного интервала от нуля до пяти.

Особенности сайтов для коммуникации фикрайтеров

«Книга Фанфиков» или *Ficbook.net* – некоммерческий русскоязычный архив фанфикшна, а также оригинальной прозы, поэзии и публицистики, размещаемой пользователями на безвозмездной основе. Платформа была создана в 2009 г. в качестве альтернативы зарубежному архиву Fanfiction.net.

Особенности портала:

1. *Простота вхождения.* Все структурные элементы находятся в привычном месте и на главном экране пользователь сразу может видеть необходимые функции. В центре страницы находятся целевые действия: «Добавить фанфик», «Поиск фанфиков» и «Случайная работа». Последний пункт добавляет игровой аспект в пользовательский интерфейс и подчеркивает единство сообщества фикрайтеров, где разделение на фандомы и роли – лишь условность.

2. *Доступность контента.* В «Книге Фанфиков» для чтения и комментирования регистрация не нужна, но для публикации работ она необходима. Регистрация дает автору возможность отслеживания статистики, чтения отзывов и редактуры новых и уже выпущенных частей. Также у любого зарегистрированного пользователя есть возможность покупки улучшенного аккаунта, благодарности любимых фикрайтеров платными подарками и рекламы своих работ в разных форматах.

3. *Объем контента.* Согласно официальной информации с домашней страницы «Книги Фанфиков» на сегодняшний день сайт насчитывает более 25 тыс. фандомов, однако на один фандом может приходиться несколько регистраций. Это происходит из-за особенностей регистрации фандомов: они создаются только при написании фанфика, то есть в «Книге Фанфиков» не зарегистрирован ни один фандом, по которому не был бы написан фанфик. Количество уникальных работ на Ficbook.net, по данным на 25 февраля 2020 г., превышало 3 млн. Отсутствие постоянно обновляющейся информации, касающейся количества контента, можно назвать недостатком платформы.

Можно сделать вывод о том, что Ficbook – это наполненный интернет-архив и продуманная площадка для коммуникации. Особенности интерфейса Ficbook помогают новому пользователю сориентироваться в координатах культуры фикрайтинга: ролях, направленностях и жанрах. Главным достоинством «Книги Фанфиков» можно считать разнообразие фандомов и количество фанфиков, а недостатком – отсутствие официальной постоянно обновляемой статистики.

Fanfics.me – это литературный портал, специализирующийся на фанфиках, созданный 16 декабря 2004 г. На платформе указано: «Наш сайт был создан во время повального увлечения российской молодежи Гарри Поттером, когда интернет пестрел фансайтами, форумами, ролевыми играми, онлайн школами магии и тому подобными проектами» [ReFeRu, ElenaBu].

Особенности портала:

1. *Простота вхождения.* Структура и оформление сайта простые, но платформа не отличается удобством и интуитивным восприятием. Функции публикации и поиска фанфиков находятся на главной странице, выделены цветом и размером, но друг от друга отделены: визуально это нарушает идею о слиянии фикрайтеров и фикридеров, но выполняет свою функцию целевого действия. Особо отметим функцию создания фандома, размещенную на главной странице, чего не было на сайте «Книги Фанфиков». Так формируется

принципиальное отличие площадки fanfics.me. На этом ресурсе фандомы создаются в отрыве от фанфиков, что влечет возникновение «пустых» фандомов, в которых не опубликована ни одна работа.

2. *Доступность контента.* Доступ к работам на fanfics.me ограничен: чтобы читать работы рейтинга NC-17⁵, оставлять комментарии, создавать фандомы и фанфики необходима регистрация. На территории РФ также ограничены фанфики с направленностью слэш и фемслэш⁶ в соответствии с действующим законодательством. Кроме того, в рекомендации попадают только фанфики, проверенные редакцией сайта. У авторов есть возможность анонимной публикации с сохранением возможности раскрыть свою личность. Неавторизованные пользователи могут единоразово поддержать проект, а авторизованные пользователи могут оформить подписку FANFICS+, которая включает в себя отключение рекламы, возможность скрывать рекламные баннеры конкурсов, возможность писать сообщения в блоги, скрытые от анонимов и поисковиков, отмену ограничений на изменение обложки профиля и на изменение никнейма, награду в профиль за первую оплату подписки.

3. *Объем контента.* На данный момент на сайте представлен 2271 фандом, а количество уникальных работ достигает отметки в почти 50 тыс. На платформе и в социальных сетях fanfics.me не публикуется информация о количестве пользователей, но есть отдельная постоянная колонка «Пользователи онлайн», где читатель в реальном времени может узнать о работе ресурса.

Fanfics.me – один из самых первых появившихся в России сайтов для публикации фанфиков. Созданный под влиянием одного фандома («Гарри Поттера»), он сохранил свою обособленность и специфическую направленность. Сильная сторона данной платформы заключается в качестве текстов: популярные фанфики проверяются редакцией. Слабая сторона – в возможности создания пустых фандомов, где не опубликовано ни одного текста. Такую структурную организацию можно расценить как манипулятивный прием: ресурс будто стремится казаться больше, чем он есть на самом деле. В результате у пользователя при первом знакомстве с интерфейсом может сложиться ложное представление об объеме, размещенного на ресурсе контента.

Wattpad – онлайн-сообщество для писателей и читателей, созданное в 2006 г. В сообществе пользователи могут размещать статьи, рассказы, фанфики, стихи и романы в режиме онлайн или через приложение. В отличие от других рассмотренных платформ, Wattpad создан не в России и изначально не был предназначен для публикации фанфиков (он приспособлен фикрайтерами для этого). Однако эта платформа популярна среди любителей фанфикшна, поэтому представляет интерес для исследования.

Особенности портала:

1. *Простота вхождения и доступность контента.* Оформление сайта минималистичное и интуитивно понятное. Акцент сделан на целевом действии: «Начать читать» или «Начать писать». Без авторизации у посетителя есть только возможность читать истории. Для авторизованных пользователей открыва-

ются дополнительные функции: оставлять комментарии, ставить лайки, подписываться на авторов и добавлять работы в избранное. Существует ограничение поиска: он возможен только по тэгам, предлагаемым самим сайтом. Из-за отличающейся специфики Wattpad на нем не представлены привычные фикрайтерам роли, направленности, рейтинги, фандомы и пейринги – они заменены тэгами, что сильно затрудняет для читателей поиск фанфиков, а для писателей их публикацию и распространение. Такую структуру можно назвать враждебной по отношению к субкультуре фикрайтеров. Wattpad приравнивает фанфик к жанру, ставя его в один ряд с детективами, ужасами, приключенческими текстами и т.д. Однако у авторов есть другая возможность – создавать эксклюзивные главы и получать за них деньги от читателей. Ресурс дает возможность монетизировать свое творчество. Автор вправе выложить в открытый доступ часть своего сочинения, а за возможность открыть последующие главы читателям придется заплатить.

2. *Объем контента.* На апрель 2023 года на Wattpad опубликовано всего 1300 текстов тэгом «фанфик», что значительно ниже количества опубликованных фанфиков на специализированных ресурсах.

Несмотря на сильное отличие от других русскоязычных площадок для публикации фанфиков, отсутствие необходимых элементов, Wattpad пользуется популярностью у фикрайтеров. Отметим, что Wattpad обгоняет «Книгу Фанфиков» и Fanfics.me по критерию глобального рейтинга и общему количеству визитов в SEO-показателях. При этом необходимо учитывать, что Wattpad – международный сайт.

Нами были проанализированы выбранные платформы с помощью ресурса Similarweb. SEO-показатели подтвердили популярность «Книги Фанфиков» и справедливость отделения Wattpad по территориальному признаку (см. Табл.1).

Таблица 1

Сравнение SEO-показателей платформ «Ficbook», «Fanfics.me» и «Wattpad»

Критерии анализа	«Книга Фанфиков» (Ficbook.net)	Fanfics.me	«Ваттпад» (Wattpad.com)
Глобальный рейтинг	529	11 532	169
Рейтинг страны	41	575	299 (США)
Рейтинг категории	1	24	2 (США)
Общее количество визитов (млн)	90,6	8,2	152,6
Процент отказов (%)	30,01	47,55	36,66
Среднее количество страниц за визит	7,10	2,98	11,29
Средняя продолжительность визита	00:17:46	00:07:11	00:16:28

Итоговые результаты сравнения мы отразили в Таблице 2, где сведены воедино данные по всем проанализированным параметрам и квантифицированы полученные результаты в соответствии с балльным способом с оценочным интервалом от нуля до пяти.

Общая сравнительная таблица

Критерии анализа		«Книга Фанфиков» («Ficbook.net»)	«Fanfics.me»	«Ваттпад» («Wattpad.com»)
Простота и доступность	Простота вхождения	4	2	2
	Удобство навигации	4	3	3
	Наличие инструментов для установки меток, разграничения рейтинга, направлений и жанров	5	4	0
	Наличие инструментов для разделения пользовательских ролей	4	3	0
Содержание	Количество фандомов	5	3	0
	Наличие фанфиков по фанdomам	5	2	0
	Количество пользователей	5	2	–
	Количество работ	5	2	–
Итог (ср. значение)		4,6	2,6	0,8

Выводы

Подводя итог проведенному анализу и сравнению платформ, можно сделать вывод, что «Книга Фанфиков» является наиболее удобной для фикрайтеров. Предположительно, это связано с тем, что эта платформа была создана позже остальных исследуемых. В это время уже были обозначены и установлены необходимые функции и особенности фикрайтинга. То есть, в отличие от других платформ Ficbook ярче моделирует структуру субкультуры и в большей степени приспособлен для взаимодействия фикрайтеров. Структурные и контентные особенности интерфейса Ficbook в большей степени направлены на адаптацию нового пользователя в координатах культуры фикрайтинга: восприятие ролевых моделей письма и творчества, слэнга, жанровых образований, устоявшихся внутри фанфик-сообщества.

Примечания

1. Ангст – метка, работа с которой нацелена на сильные эмоциональные переживания читателя, ощущение экзистенциальной тревоги и подавленности. Такая работа характеризуется депрессивными мотивами и чаще всего сосредоточена на эмоциональных или физических страданиях персонажей. Флафф – метка, работа с которой нацелена на приятные, позитивные чувства читателя. В таких работах делается упор на теплые отношения между персонажами, светлый позитив, сантименты и общую жизнерадостно-идиллическую атмосферу вида «все прекрасно и дальше будет еще лучше».

Слэш – направленность произведения, которое описывает романтические и/или сексуальные взаимоотношения между мужчинами [Fanfics.me].

2. Примечательно, что в исследованиях посвященных обзору современных молодежных субкультур, фикрайтеры, как правило, не упоминаются (см.

пример [Колтунов 2009: 70]). Это может объясняться как раз тем, что местом обитания современных фикрайтеров является интернет-пространство, что по-своему, делает их «менее заметными» для исследователей.

3. «Software is the message» – «программное обеспечение – это сообщение».

4. «The medium is the message» – «медиа-носитель – это сообщение».

5. NC-17–фанфики, в которых могут быть детально описаны эротические сцены, насилие и пр. [Fanfics.me].

6. Слэш – направленность произведения, которое описывает романтические и/или сексуальные взаимоотношения между мужчинами. Фемслэш – направленность произведения, описывающего романтические и/или сексуальные взаимоотношения между женщинами [Fanfics.me].

Список литературы

Деникин А. А. К определению термина партиципация в контексте современных художественных практик // Наука телевидения №14.1. 2018. С. 58–78.

Колтунов Д. А. Молодежные субкультуры в современной России // Известия высших учебных заведений. Социология. Экономика. Политика № 3. 2009. С. 70–72.

Манович Л. Язык новых медиа / Пер. Екатерина Арье, Оксана Мороз. Garage, Ad Marginem. 2018. 400 с.

Синякова Д. Д. Фикрайтеры как субкультура Интернета // Современная культурология: проблемы и перспективы: Сборник статей молодых ученых. Вып. 7. Саратов: Издательство «Саратовский источник». 2021. С. 99–103.

Такташкин Д. В., Исляев Р. С. Критерии, используемые для оценки качества веб-ресурсов // Современные научные исследования и инновации № 3. 2017. [Электронный ресурс]. URL: <https://web.snauka.ru/issues/2017/03/80002> (Дата обращения: 22.04.2023).

Харькина Д. Организация сообщества фикрайтеров: Социология в действии // Избранные материалы VII социологической межвузовской конференции студентов и аспирантов. СПб: ВШЭ. 2015. С. 32–39.

Manovich L. Software is the message // Journal of Visual Culture, 2014. [Электронный ресурс]. URL: <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1470412913509459> (Дата обращения: 14.11.2023).

ReFeRu, ElenaVu Опроекте // «Fanfics.me». [Электронный ресурс]. URL: <https://fanfics.me/project> (Дата обращения: 14.11.2023).

Fanfics.me. [Электронный ресурс]. URL: <https://fanfics.me/> (датаобращения: 14.11.2023).

What is a Subculture? // Grinnel College. [Электронный ресурс]. URL: <https://haenfler.sites.grinnell.edu/subcultural-theory-and-theorists/what-is-a-subculture/> (Дата обращения: 22.04.2023).

V. S. Gromova

Student of Philological Faculty

Perm State University

**THE MAIN RUSSIAN PLATFORMS FOR FIC-WRITERS COMMUNICATION:
THE WEBSITE'S STRUCTURE AS A WAY TO FORM A COMMUNITY**

The article analyzes the main platforms for publishing and distributing fan fiction from the point of view of their compliance with the peculiarities of the subculture of fiction writers. Special attention is paid to the roles and experience of users visiting selected sites. The results of the analysis are quantified and placed in a comparative table. According to the study, the platform that reflects the specifics of the subculture in the interface is more popular.

Key words: fanfiction; subculture; platforms; ficbook; fanfics.me; wattpad.

Мария Михайловна Ильина
студент филологического факультета
Пермский государственный
национальный исследовательский университет
milina2015@gmail.com

СПОСОБЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С АУДИТОРИЕЙ В TELEGRAM-КАНАЛАХ ПЕРМСКИХ СМИ

В настоящее время Telegram-каналы стали неотъемлемой частью медиа-пространства Перми, их активно используют как крупные СМИ, так и небольшие издания. В деятельности этих каналов важное место занимает взаимодействие с аудиторией. В статье были выявлены способы взаимодействия с аудиторией в Telegram-каналах пермских СМИ. При этом рассмотрены не только приемы, направленные непосредственно на обращение к аудитории, но и качество информации, стиль ее представления и регулярность публикаций.

Ключевые слова: Telegram; СМИ; мессенджеры; Telegram-канал; аудитория.

Введение

В настоящее время Telegram-каналы становятся все более популярными и значимыми источниками информации, поэтому возникает необходимость изучения способов их взаимодействия с аудиторией. На официальном сайте Телеграм отмечается, что «в 2022 году Telegram вошёл в топ-5 самых загружаемых приложений в мире, а количество активных пользователей мессенджера превысило 700 миллионов человек в месяц» [700 миллионов пользователей 2022].

Актуальность выбранной темы заключается в том, что взаимодействие с аудиторией является важной составляющей в работе журналиста и может существенно влиять на информационную политику СМИ. Также актуальным является исследование данной проблемы в свете растущей конкуренции в сфере интернет-СМИ, где тесное взаимодействие с аудиторией может стать ключевым фактором успеха.

Цель работы состоит в выявлении способов взаимодействия с аудиторией в Telegram-каналах пермских СМИ. Результаты данного исследования помогут понять, какие возможности Telegram используются, а какие нет. Это позволит журналистам и редакторам пермских СМИ оптимизировать свою работу в Telegram-каналах, а также повысить качество информационных материалов для привлечения и удержания новой аудитории.

Материалом исследования являются публикации Telegram-каналов пермских СМИ: 59.ru, Properm.ru и «Комсомольская правда – Пермь». Они были выбраны, так как являются самыми популярными Telegram-каналами СМИ в Пермском крае по данным сайта TGStat [Каталог телеграмм-каналов и групп: 2023]. Согласно этим данным, в 2023 г. Telegram-канал 59.ru занимает 8 место среди всех Telegram-каналов Пермского края, Properm.ru – 11, а «Комсомольская правда – Пермь» – 32. Если не учитывать частные Telegram-каналы, можно

сделать вывод, что эти три канала СМИ являются одними из самых популярных в Перми и Пермском крае.

Настоящее исследование было проведено в период с 24 марта по 5 апреля 2023 г. В Telegram-канале 59.ru было проанализировано 390 постов, в Properm.ru – 156, а в канале «Комсомольская правда – Пермь» также 390 постов.

Анализ был проведен с опорой на исследования и учебные пособия по рекламе в медиасфере [Воскресенская 2019], диалогичности медиаречи [Дускаева 2012; Власова 2008], мультимедийности и медиаметрии [Марков, Молчанова, Полякова 2014; Автаева и др. 2020; Палачева 2021].

Основная часть

В Telegram-канале 59.ru в день выходит около 35 постов. Основные темы в ежедневной подборке распределяются следующим образом: *политика* – в среднем 5 постов, *социальные проблемы* – 19, *культура и досуг* – 5, *экономическая и деловая информация* – 4, *спорт* – 1, *криминал* – 11, *развлекательная информация* (курьезные случаи и так называемые «бантики»¹) – в среднем 2. В Telegram-канале Properm.ru выходит около 10 постов в день: *политика* – 3 поста, *социальные проблемы* – 3, *культура и досуг* – 3, *экономическая и деловая информация* – 2, *спорт* – 1, *криминал* – 1 пост. В Telegram-канале «Комсомольская правда – Пермь» выходит около 30 постов в день: *политика* – 3 поста, *социальные проблемы* – 15, *культура и досуг* – 4, *экономическая и деловая информация* – 3, *спорт* – 1, *криминал* – 12, *развлечения* – 2.

Сравнительный анализ частотности публикаций показал, что лидером по количеству выпущенных постов является Telegram-канал «Комсомольская правда – Пермь», за ним следует Telegram-канал 59.ru, а наименьшее количество постов публикует Telegram-канал Properm.ru.

Среди публикаций в Telegram-канале 59.ru каждый день выходят посты сервисного характера (см. подробнее [Пастухов 2020]). Это могут быть экспертные интервью, советы и инструкции. Их доля в ежедневной подборке постов составляет 30 %. Telegram-канал Properm.ru несколько раз в неделю выпускает посты, идеи которых были подсказаны читателями с помощью специального бота (Telegram-бот ProPerm.ru).

Кроме того, среди сервисных материалов есть отзывы подписчиков о различных темах. Доля таких постов в неделю составляет около 15 %. В Telegram-канале «Комсомольская правда – Пермь» также публикуются инструкции или советы. Однако в сравнении с новостными постами их гораздо меньше – около 5 %.

Изучение рекламных особенностей каналов показало, что 59.ru является лидером по присутствию рекламы в ленте и чатах Telegram. Рекламы в Telegram-канале около 11%. Тогда как в Telegram-канале Properm.ru доля рекламы составляет 9%, а в Telegram-канале «Комсомольская правда – Пермь» – 5 %.

Сравнительный анализ стиля постов показал, что все три канала различаются по характеру коммуникации. Стиль Telegram-канала 59.ru приближен к повседневной речи. В сообщениях используется общеупотребительная лексика,

а также вопросно-ответные формы, тексты постов содержат эмодзи: «*Действительно ли в “Пермские термы” вкладывали средства из краевого или городского бюджетов?*» [Telegram-канал 59.RU: 04.04.2023]; «*Уже несколько дней пермяки обсуждают стоимость посещения нового комплекса “Пермские термы”*» [Telegram-канал 59.RU: 04.04.2023].

Стиль общения Telegram-канала Properm.ru с подписчиками можно охарактеризовать как неформальный. Создается впечатление, что авторы общаются с людьми, как со своими друзьями: в постах присутствуют обращения, например «*господа*»; вопросы к читателям, жаргон. Множество публикаций написано с иронией: «*Как там писали японцы: Тихо, тихо ползи, Улитка, по склону Фудзи Вверх, до самых высот!*» [Telegram-канал Properm.ru: 04.04.2023]; «*Пермский зоопарк поехали первые звери*» [Telegram-канал Properm.ru: 04.04.2023]; «*Стрёмные криминогенные окраины?*» [Telegram-канал Properm.ru: 04.04.2023].

Стиль Telegram-канала «Комсомольская правда – Пермь» приближен к официально-деловому. Отсутствуют обращения, вопросы к аудитории, а также эмодзи: «*В Перми 5 апреля откроется городская ярмарка*» [Telegram-канал «Комсомольская правда – Пермь»: 04.04.2023]; «*В этом году, с приходом ранней, раньше пришли и лесные пожары*» [Telegram-канал «Комсомольская правда – Пермь»: 04.04.2023].

Таким образом, можно сделать вывод, что в Telegram-канале «Комсомольская правда – Пермь» преобладает официально-деловой стиль речи, поскольку основное внимание уделяется передаче новостной информации. Telegram-канал Properm.ru может быть охарактеризован как неформальный, поскольку авторы публикации используют иронию и разговорные конструкции, что приводит к созданию дружеской атмосферы. Канал 59.ru отмечен сдержанным стилем коммуникации, однако, наряду с четким информированием присутствуют вопросы к аудитории и эмодзи, которые отвечают за эмоциональную связь с аудиторией.

Согласно выявленным данным, публикация постов происходит в промежуток времени с 7–8 утра до 11 вечера, не выходя за рамки этого временного интервала. Все три канала используют удобное время для своих подписчиков, чтобы привлечь больше внимания к своим материалам. Telegram-канал Properm.ru, выпуская наименьшее количество постов в день (около 10), тем не менее, имеет наибольшую просматриваемость постов и реакций от аудитории. При этом Telegram-канал 59.ru, выпуская больше всего постов в день (примерно 35), является наименее просматриваемым.

Характеристика интерактивных приемов показала, что присутствие ботов наблюдается в двух Telegram-каналах – 59.ru и Properm.ru. Основной функцией этих ботов является связь с аудиторией. Чат работает также в двух Telegram-каналах – 59.ru и «Комсомольская правда – Пермь». Опросы, использующиеся для получения обратной связи, встречаются во всех трех рассматриваемых Telegram-каналах. Из трех анализируемых каналов конкурсы присутствуют только в Telegram-канале «Комсомольская правда – Пермь». Таким образом,

использование ботов, чатов, опросов и конкурсов в Telegram-каналах является распространенным методом для установления связи с аудиторией и получения отклика. Однако необходимо учитывать, что эффективность этих инструментов зависит от правильной стратегии использования и настроек.

Анализ метрики показал, что среди трех Telegram-каналов самым просматриваемым является Properm.ru: при почти равном количестве подписчиков с 59.ru посты получают на 1500 просмотров больше. В Telegram-канале Properm.ru за сутки один пост смотрят около пяти тысяч человек, при том, что канал имеет 15299 подписчиков, а канал 59.ru просматривает около трех с половиной тысяч человек, хотя подписчиков 15415. У Telegram-канала «Комсомольская правда – Пермь» меньше всего просмотров – 600 при 2429 подписчиков (данные на 06.04.2023).

Самым популярным каналом для комментирования стал Telegram-канал 59.ru, затем идет Telegram-канал «Комсомольская правда – Пермь», у Telegram-канала Properm.ru комментарии отключены. Основываясь на приведённых выше примерах, можно сделать вывод, что среди указанных Telegram-каналов, каналом с наибольшей просматриваемостью является Properm.ru.

Выводы

Основные выводы исследования оказались достаточно неожиданными. Так, самый читаемый среди выбранных Telegram-канал сетевого издания Properm.ru избирательно использует возможности взаимодействия с аудиторией: отключены комментарии, не используется чат, не проводятся конкурсы. Однако изданию удалось создать устойчивое и заинтересованное комьюнити. Вероятно, это произошло за счет грамотно организованной информационной политики. Ее отличительными качествами являются социальная значимость и проблемный характер информации, оперативность, уместные юмор и ирония, разговорные конструкции.

В то же время попытка развития канала за счет простого увеличения способов взаимодействия может не дать ожидаемых результатов. Так, неработающим инструментом оказался чат Telegram-канала 59.ru. Для развития этого канала, на наш взгляд, необходимы дополнительная модерация и продуманная стратегия.

Важные наблюдения были получены при анализе регулярности публикаций. Выяснилось, что помимо регулярности постов редакции должны учитывать периоды активности, чтобы пользователи смогли увидеть посты и отреагировать на них.

Исследование показало, что решающим фактором успешной работы Telegram-каналов становится не столько обилие способов взаимодействия, сколько сочетание грамотной информационной политики, стилистических решений, соответствующих характеру коммуникации в Telegram, и органичных для своей аудитории приемов интерактивности.

Примечание

1. Бантик (сленг) – облегченный развлекательный телевизионный материал, который размещается по верстке в конце программы. Этим термином обозначается короткий текст, который сопровождается в программе видеорядом.

Список источников

Telegram-канал 59.RU. [Электронный ресурс]. URL: <https://t.me/news59ru> (Дата обращения 01.06.2023).

Telegram-канал Properm.ru [Электронный ресурс]. URL: https://t.me/mud_no (Дата обращения 01.06.2023).

Telegram-канал «Комсомольская правда – Пермь» [Электронный ресурс]. URL: <https://t.me/permkp> (Дата обращения 01.06.2023).

Список литературы

Автаева Н. О. и др. Мультимедийные технологии СМИ /Автаева Н.О., Бейненсон В.А., Болдина К.А., Коданина А.Л., Савинова О.Н. Нижний Новгород: ННГУ, 2020. 171 с.

Власова Е. Г. Аналитическая журналистика. Пермь: Редакционно-издательский отдел Пермского государственного университета, 2008. 155 с.

Воскресенская Н. Г. Контент-анализ в медиакоммуникациях: учебно-методическое пособие. Нижний Новгород: Нижегородский госуниверситет, 2019. 45 с.

Дускаева Л. Р. Диалогическая природа газетных речевых жанров. 2 изд. СПб.: СПбГУ: Филол. факультет, 2012. 274 с.

Марков А. А., Молчанова О. И., Полякова Н. В. Теория и практика массовой информации. М.: ИНФРА-М, 2014. 252 с.

Палачева Ю. А. Использование метрик для анализа социальных сетей: проблемные вопросы, количественные методы оценки, выбор показателей эффективности // PolitBook. 2021. №4. С. 140–156.

Пастухов А. Г. Ratgeber как рессорт: жанровые особенности сервисной журналистики // Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе. Орел: Орловский государственный институт культуры, 2020. С. 108–129.

700 миллионов пользователей и TelegramPremium (19.06.2022) // Официальный сайт Телеграм. [Электронный ресурс]. URL: <https://telegram.org/blog/700-million-and-premium/ru> (Дата обращения 01.06.2023).

Каталог телеграмм-каналов и групп [Электронный ресурс]. URL: <https://tgstat.com/ru/tag/perm-region> Telegram-каналы Перми и Пермского (Дата обращения 01.06.2023).

M. M. Ilina

Student of Philological Faculty
Perm State University

**WAYS TO INTERACT WITH THE AUDIENCE
IN TELEGRAM-CHANNELS OF PERM MASS MEDIA**

Currently, Telegram channels are becoming more and more popular and significant sources of information, so there is a need to study how they interact with the audience. The article revealed ways of interacting with the audience in the Telegram channels of the Perm media. Not only techniques aimed directly at addressing the audience were considered, but also the quality of information, the style of its presentation and the regularity of publications.

Key words: telegram; mass media; messengers; telegram-channels; audience.

УДК 130.2

Михаил Сергеевич Остроухов
студент факультета гуманитарных наук
Национальный исследовательский университет
«Высшая школа экономики» (г. Москва)
ostrouhov2001@gmail.com

РЕЦЕПЦИЯ 1990-Х В СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖНОЙ КУЛЬТУРЕ (НА ПРИМЕРЕ ТРЕНДОВ В ТИКТОК)

Нарратив о 1990-х занимает особую роль в российском медиапространстве. Центральным предметом для обсуждения в статье – образ этого десятилетия, существующий в среде представителей российской молодежи, рожденных после двухтысячного года. В статье рассматривается ряд трендов из социальной сети TikTok, базирующихся на образах, связанных с 1990-ми. Их ключевые особенности позволяют автору сделать ряд выводов о специфическом обновлении нарратива о 1990-х в молодежной среде.

Ключевые слова: медиакультура; TikTok; 1990-е; память; ностальгия; поколение Z.

Введение

1990-е гг. являются ключевым этапом новейшей российской истории. Именно на этот период пришлось прекращение существования СССР, трансформация советской политической системы и окончание перехода России от плановой экономики к рыночным отношениям. Благодаря этим факторам образ девяностых приобрел особую символическую значимость во внутрироссийском дискурсе, служа политикам как средством собственной легитимации, так и инструментом для дискредитации оппонентов [Малинова 2020: 54]. Следствием этой значимости стало повышенное внимание к этому десятилетию в визуальной культуре, в особенности в художественных фильмах [Мерзлякова 2019: 293], а также коммерциализация образа 1990-х, в частности выражающаяся в проведении тематических мероприятий в конвенциональном «стиле девяностых» [Мерзлякова 2019: 299], и создании в соцсетях страниц, посвященных исключительно ностальгии по девяностым, в коммерческих целях [Утехин 2021: 64]. Все перечисленное выше наглядно демонстрирует принадлежность особого символического статуса последнему десятилетию прошлого века, его особую роль в медиапространстве. В данной статье нам хотелось бы рассмотреть образ 1990-х, существующий в среде молодых людей, рожденных на рубеже XX и XXI вв. и позднее, первого поколения, для которого это десятилетие является частью удаленного прошлого и не связано с собственным опытом. Это открывает возможность для создания независимого устойчивого эстетического медиакода девяностых, который, согласно терминологии Ю. М. Лотмана, представляет собой «суть», набор определенных конвенций, задающих допустимые в рамках определенного нарратива образы и мотивы [Лотман 1991: 85].

В качестве материала для рассмотрения нами были выбраны видео из социальной сети TikTok. Важной особенностью сервиса является то, что его ос-

новным интерфейсом является лента рекомендаций, а не подписок, как в классических соцсетях. Лента формируется в автоматическом режиме, основываясь на персональной статистике пользователя, которая содержит сведения о просмотре видео с теми хештегами и аудиодорожками¹, на которые пользователем было потрачено больше всего времени. Вследствие этого приверженность пользователей конкретным авторам выражена в TikTok гораздо слабее, а на первое место выходит предпочтение определенным *трендам*.

Внутри TikTok понятие *тренд* наделено специфическим значением: *трендом* называется совокупность соблюдаемых пользователями конвенций (фильтров или визуальных эффектов, звукового сопровождения, внутренней композиции), характерных для создания видео по определенной теме. TikTok тренды, которые благодаря описанному механизму конструирования фактически становятся моделями актуальных визуальных кодов, представляют собой интересный исследовательский материал, что обусловливается принципом функционирования кода. Несмотря на то, что он изначально содержит в себе ряд строгих конвенций, индивиды, использующие его для коммуникации, ослабляют его детерминизм, так как обеспечить абсолютное соблюдение всех заданных предустановок невозможно [Загидуллина 2020: 16]. В этом свете тренды предстают конечными продуктами актов коммуникации, анализ которых позволяет взглянуть на функционирование и развитие кода изнутри.

TikTok-тренды, связанные с 1990-ми

Часть TikTok-трендов базируется на образах, имеющих связь с 1990-ми. Мы рассмотрим те из них, которые оказались наиболее распространены в молодежной среде (выводы об этом позволяет сделать возраст авторов большинства видео). Им будут даны условные названия согласно хештегам, под которыми размещались соответствующие видео, и описаниям, данным к этим видео.

На момент проведения исследования наиболее популярным из них являлся тренд *жена бандита* (по состоянию на май 2022 г. просмотров хештега *#женабандита* в TikTok – 35.9 миллионов). В рамках этого тренда девушки примеряют на себя образ жены бандита, который в большинстве случаев состоит из особого макияжа (тонкие брови, *smokey eyes*, губная помада темных оттенков), кожаной верхней одежды и причесок с начесом. Практически во всех видео с перевоплощением в «жену бандита» используется аудиодорожка, в которой на инструментальную версию трека «Nightcall» французского диджея Kavinsky (его аранжировка выполнена как подражание электронной музыке середины 1980-х) наложен вокал из песни группы Би-2 «Полковнику никто не пишет» (лидер группы признан Минюстом РФ иностранным агентом).

Данный тренд включает в себя два различных типа видео. В первом (наиболее распространенном) показан только процесс нанесения макияжа и получившийся результат, во втором, помимо предполагаемого внешнего облика, воспроизводится авторское видение отрицательных сторон жизни жен бандитов 1990-х: может демонстрироваться скрытие следов побоев под макияжем, обязанность в любой ситуации быть на виду и выглядеть привлекательно, непочтительное отношение со стороны партнера.

Кроме описанного выше, существуют также менее популярные тренды *дочь бандита* и *любовница бандита*. Композиционно они дублируют первый тип видео про перевоплощение в «жен бандитов», существенным отличием от него наделен только тренд *дочь бандита* – его выделяет тесная связь с вышедшей в 2021 г. песней Dead Blonde «Бесприданница». Повествование в ней ведется от лица девушки, жизнь которой постоянно соприкасается с криминальным миром: она носит в кармане пистолет, ходит на перестрелки, пьет чай с бандитами. Помимо всего прочего в тексте песни описывается ее внешний вид: «Розовая олимпийка, белые сапожки / Я не просто девочка, а девочка с обложки». В подавляющем большинстве видео, относящихся к этому тренду, в качестве звука используется именно «Бесприданница»; конструируемый в них образ внешне отсылает к героине композиции Dead Blonde, также может добавляться lip sync (артикуляция в соответствии с текстом упомянутой выше песни).

Основой следующего тренда также является конвенциональное представление о стиле одежды российских 1990-х, существенным отличием от тренда «жена бандита» является то, что он не ограничен гендерно. Видео, которые можно отнести к этому тренду, повествуют о каком-либо школьном мероприятии в *стиле девяностых*. Они могут быть записаны на «дне девяностых» (празднике, на котором все в классе должны быть одеты в соответствующем стиле), или незадолго до выпускного, перед которым было решено провести фотосессию в *стиле девяностых* (в ряде случаев указывается, что фотографии предназначены для выпускного альбома). Воссоздаваемый в рамках тренда стиль одежды не ставит своей задачей реконструкцию внешнего вида какой-либо социальной группы 1990-х; принимающие участие в празднике или фотосъемке выбирают одежду самостоятельно, как правило, они одеты в спортивные костюмы и джинсовые куртки. Данные видео также обнаруживают тенденцию к расширению рамок относимых к эстетике 1990-х музыкальных произведений: в ряде из них в качестве аудиодорожки используются песни восьмидесятых годов: «На заре» группы Альянс; «Белая ночь» группы Форум; «Cheri, Cheri Lady» группы Modern Talking.

Вечеринка в стиле девяностых, третий из рассматриваемых нами трендов, композиционно близок к предыдущему. Данный тренд включает в себя видео, в которых пользователи TikTok рассказывают, как они провели домашнюю вечеринку в *стиле девяностых*, в большинстве случаев организованную по поводу дня рождения или какого-либо другого праздника. Видео (иногда может выходить несколько частей), как правило, представляет собой описание процесса подготовки к вечеринке: показывается украшение квартиры различными предметами, служащими для передачи духа времени, покупка продуктов (символами 1990-х здесь обычно выступают сладости и газированные напитки); демонстрируются наряды гостей, которые также должны каким-то образом отсылать к «стилю девяностых». Для данного тренда характерно соединение образов восьмидесятых, девяностых и нулевых в единое целое: так, в цикле видео «ДР В СТИЛЕ 90х», загруженных пользователем juliiss7 [ДР В СТИЛЕ 90х], в качестве декораций использовались газеты «Советская Россия» и «Правда», DVD-диски, распечатанные фотографии эстрадных артистов последних десяти-

летий XX в.; в качестве аудиодорожки был использован припев из композиции «You're My Heart, You're My Soul» группы Modern Talking.

Отдельно можно выделить также особый тип видео с «проверкой знаний» о 1990-х. Сюда нами были отнесены видео, в которых пользователю предлагается проверить себя на знание текста песни или знание значения жаргонного слова из девяностых. Несмотря на то, что данные видео не являются полноценным самостоятельным трендом, отсылающим исключительно к 1990-м (подобные видео могут создаваться практически на любую тему), они не менее значимы, чем те, которые были описаны выше, так как могут позволить более конкретно обозначить рамки общепринятого кода девяностых.

Среди молодых авторов из российского сегмента TikTok подавляющее большинство таких видео посвящено проверке на знание текста музыкальных произведений из прошлого. Композиция этих видео такова: в начале демонстрируются критерии оценивания, после чего начинается воспроизведение аудиодорожки, представляющей собой компиляцию нескольких (как правило, десяти или более) песен, которые предлагается вспомнить зрителю. Практически во всех подобных видео временная принадлежность треков выходит за рамки девяностых годов: к примеру, в видео пользователя artur_chekapov [Угадай песню из 90s] 9 из 17 использованных композиций были выпущены в 1980-х, а одна в 2007 г.

Выводы

Репрезентируемая в трендах молодежного сегмента российского TikTok картина 1990-х фактически оказывается лишенной какой-либо специфической идеологической и политической окраски. В рамках контента, созданного пользователями из рассматриваемой возрастной группы, обнаружить сколько-нибудь распространенные попытки переосмысления времени не представляется возможным. В видео репродуцируется лишь набор отдельных образов: предметов гардероба и визуальной культуры. Примечательно, что и нарратив о «лихих девяностых» также явно отходит на второй план: его наиболее расхожие составляющие в рассмотренных нами видео частично сохраняются в числе ассоциативных образов эпохи, но появляются не в «классическом» виде и не на первых ролях. Показательным в этом отношении является тренд *жена бандита*: первый тип относящихся к нему видео представляет собой лишь один из наборов конвенций внешнего вида с использованием элементов *стиля девяностых*, второй находится в рамках актуальной социальной повестки профеминистского и антимизогинного характера. Таким образом, связь с криминалом присутствует лишь в названии тренда.

Можно сказать, что для молодежной аудитории российского TikTok 1990-е становятся своеобразным стилем, актуализирующим ряд предметов гардероба и популяризирующим музыкальные композиции прошлых лет, но не выходящим за рамки этого. Ключевой особенностью данного явления является расширение образа 1990-х и, как следствие, его фактическое превращение в универсальную модель недавнего прошлого, включающую в себя отдельные символы семидесятых, восьмидесятых и двухтысячных годов, что особенно заметно на примере тренда с проведением вечеринки.

По нашему мнению, формированию этого «обновлённого» нарратива способствовала совокупность различных факторов. Интересу к 1990-м у молодежи мы, вероятно, обязаны широкому использованию образа этого десятилетия в массовой культуре 2010-х гг., направленной на представителей поколения миллениалов, детство и юность большинства из которых затронули 1990-е [Радаев 2019: 49], и, как следствие, апеллировавшей к ностальгии и памяти о прошедшем времени [Мерзлякова 2019: 300]. Находясь в рамках того же самого информационного пространства, представители следующего поколения не могли не оказаться под его влиянием; однако отсутствие личного жизненного опыта в определенное время «растворяет» ностальгию по нему даже при условии его значимости и высокой степени внимания к нему у предыдущих поколений [Радаев 2019: 118]. Следствием этого стала своеобразная «пересборка» медиа-нарратива о 1990-х в молодежной среде, в результате которой он потерял большую часть своих «традиционных» элементов, построенных на апелляции к памяти об ушедшем/ностальгии, и обрел ряд нетипичных ранее черт по причине их стилистической актуальности для нового поколения. Эта «пересборка» не означает, что обновленный нарратив включает в себя лишь небольшое количество образов. Напротив, его стилистическая универсальность, выражающаяся в объединении 1990-х и прочего близлежащего удаленного прошлого, в перспективе делает этот нарратив гибким, постоянно изменяющимся. Наблюдающееся в рассматриваемом нами материале ограничение образа 1990-х лишь предметами гардероба и музыкальными композициями, вероятно, является следствием принципа функционирования упомянутых выше TikTok трендов. Поскольку пользователи пытаются повторить понравившееся популярное видео другого автора, они используют тот же самый набор конвенций, значение которых сильно ограничено заданными ранее рамками и уже разобрано для сборки смысла в другом видео [Евграфова 2021: 216].

Примечание

1. В TikTok существует возможность наложить на собственное видео схожую по тематике аудиодорожку, изначально созданную другим пользователем; использование автором одного из таких завирусившихся аудио, как правило, предопределяет тематику видео.

Список источников

ДР В СТИЛЕ 90x // TikTok, juliiss7 [Электронный ресурс]. URL: <https://www.tiktok.com/@juliiss7/video/7039718130528144642> (Дата обращения: 26.05.2022).

Угадай песню из 90s // TikTok, artur_chekanov [Электронный ресурс]. URL: https://www.tiktok.com/@artur_chekanov/video/6915757656380689666 (Дата обращения: 26.05.2022).

Список литературы

Малинова О. Ю. Тема «лихих девяностых» в дискурсах российских коммунистов и национал-патриотов // Вестник Пермского университета. Политология. 2020. Т. 14. № 2. С. 53–63.

Мерзлякова В. Н. Медиатизация коллективной памяти о 1990-х гг. в Рунете // Вестник РГГУ. Серия «Литературоведение. Языкознание. Культурология». 2019. № 8. С. 289–302.

Утехин И. В. Визуальные образы 1990-х в Инстаграме (Instagram принадлежит Meta Platforms Inc.; по решению суда от 21.03.2022 компания признана экстремистской организацией, её деятельность на территории России запрещена): коммерциализация ностальгии // Tempus et Memoria. 2021. Т. 2. № 3. С. 60–72.

Лотман Ю. М. О двух моделях коммуникации в системе культуры // Избранные статьи: в трех томах. Т. 1. Статьи по семиотике и топологии культуры. Таллин: Александра, 1992. С. 76–90.

Загидуллина М. В. Ренессанс «средневековой концепции» в начале XXI века: к вопросу о коммерциализации эстетического кода в актуализации прошлого // Культ-товары. Коммерциализация истории в массовой культуре. Коллективная монография. М; Екатеринбург: Кабинетный ученый, 2020. С. 11–27.

Радаев В. В. Миллениалы: как меняется российское общество. М.: Издательский дом Высшей школы экономики, 2019. 224 с.

Евграфова Ю. А. TikTok – фабрика мифов: вторичный язык экранных текстов // Военно-гуманитарный альманах: Материалы XV Международной научной конференции по актуальным проблемам теории языка и коммуникации, Москва, 25 июня 2021 года. Выпуск 6. М.: Военный университет. 2021. С. 213–218.

M. S. Ostroukhov

Student of the Faculty of Humanities

National Research University Higher School of Economics (Moscow)

RECEPTION OF THE 1990S IN CONTEMPORARY YOUTH CULTURE (THE EXAMPLE OF TRENDS IN TIKTOK)

The narrative about the 1990s plays a crucial role in the Russian media space. The central subject for discussion in the article is the image of this decade, which exists among representatives of Russian youth born after the year 2000. The article examines the “trends” of the Russian TikTok segment, which are based on images associated with the 1990s. Their key features allow the author to draw a number of conclusions about the specific update of the narrative about the 1990s among the youth.

Key words: media culture; TikTok; 1990s; memory; nostalgia; Generation Z.

ИССЛЕДОВАНИЯ В ОБЛАСТИ ЖУРНАЛИСТИКИ

УДК 778

Мария Юрьевна Бочкарева
студент филологического факультета
Пермский государственный
национальный исследовательский университет
bochkarevamarina01@gmail.com

ИСТОРИЧЕСКОЕ КИНО В ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ И ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКИХ РЕЦЕНЗИЯХ: ПРОБЛЕМАТИКА И ХАРАКТЕР ОЦЕНКИ

В статье сопоставляются профессиональные и любительские рецензии на исторические фильмы. Материалом исследования послужили рецензии на фильмы «Лето», «Чернобыль», «Сердце Пармы», опубликованные в отечественных источниках. Для оценки были использованы следующие критерии: анализ исторического материала в сюжете; верификация речи и визуального ряда; сопоставление фильма с другими картинами; сопоставление идеологического содержания фильма с социально-политической реальностью времени производства; личное впечатление рецензента. Автор приходит к выводу, что за счет выраженной оценки, объема и опоры на личный опыт любительские рецензии привлекают внимание аудитории, составляя конкуренцию профессиональным.

Ключевые слова: исторический фильм; кинорецензия; пользовательские рецензии; любительские рецензии; профессиональные рецензии.

Введение

С начала 2000-х гг. исследователи отмечают рост популярности любительской (пользовательской) критики. «С начала XXI в. одной из главных площадок активного обсуждения кино стали интернет-блоги. В них преобладает непрофессиональная кинокритика» [Васева 2021: 29]. В связи с популярностью любительской критики в профессиональной среде происходят существенные изменения: рациональная оценочность, учитывающая нормы социума и основывающаяся на логике, сменяется эмоциональной [Гаранина 2013: 28], профессиональные критики делают попытки интегрировать свои тексты в интернет-среду, адаптируя под новые запросы читателей, например, в начале 2010-х гг. критик А. Долин начинает писать «ультракороткие рецензии» [Горбачева 2020: 28].

Деление на профессиональную и любительскую (пользовательскую) рецензии входит в принятые сегодня классификации. Так, В. А. Ртищева приводит три типологии кинорецензии, которые разделяют публикации по следующим параметрам: объем (гранд-рецензии и мини-рецензии), количество анализируемых предметов (монорецензии и полирецензии), экспертность авторов (профессиональные и любительские) [Ртищева 2022: 16]. Т. Р. Ванько отмечает, что «триггером для возникновения новой разновидности жанра кинорецензий, а именно непрофессиональных рецензий послужило широкое использование интернет-платформ» [Ванько 2021: 14]. В исследовании в качестве синонимичного определением «любительская» используется термин «пользовательская», по-

сколькo он фиксирует связь с интернет-сферой как ключевым фактором развития нового вида рецензии.

Выбор рецензий на исторические фильмы в качестве материала исследования объясняется ростом общественного интереса к темам памяти, в том числе в сфере кинематографа. По данным ВЦИОМ, российские зрители предпочитают смотреть три жанра кино: комедия (80%), военные (77%) и исторические фильмы (74%). Общественный интерес к историческому кинематографу, на наш взгляд, определяется спецификой жанра. С. М. Шамин отмечает, что «со временем полученные от фильма впечатления становятся менее яркими, однако очевидно, что вне рамок специального образования именно историческое (или псевдоисторическое) кино в наибольшей степени влияет на представления людей о прошлом» [Шамин 2020]. Этот фактор заставляет относиться к историческим фильмам с особым вниманием.

Существующие классификации игрового исторического кино говорят о многообразии подходов к изображению прошлого. В классификации, составленной А. Романовской и Г. Смирновым, исторические фильмы были разделены на три группы по принципу достоверности исторических фактов и цели создания фильма [Романовская, Смирнов 2019: 49]. Классификация, представленная Н. А. Лысовой, разделяет исторические фильмы на основании следующих критериев: типаж героев, художественный замысел и исторический контекст [Лысова 2020: 17]. В опоре на данные классификации нами была сформирована обобщенная классификация, в основе которой объект изображения. Эта классификация послужила основанием для выбора исторических фильмов: киноленты, сюжет которых основан на биографии реальной исторической личности («Лето», 2018 г.); фильмы, связанные со знаковым событием истории («Чернобыль», 2020 г.); произведения, посвященные историческому явлению / процессу («Сердце Пармы», 2022 г.).

На основе научных работ А. А. Кочкиной [Кочкина 2020: 342], Т. В. Шкайдеровой [Шкайдерова 2020: 142], Н. А. Лысовой [Лысова 2020: 19], нами была разработана система параметров оценки исторических фильмов в кинокритике, состоящая из пяти критериев:

1. Анализ исторического материала в сюжете;
2. Верификация речи и визуального ряда;
3. Сопоставление фильма с другими картинами по целесообразному параметру;
4. Сопоставление идеологического содержания картины с социально-политической реальностью времени производства;
5. Личное впечатление рецензента.

Материалом исследования стали 60 рецензий: по 20 публикаций на каждый из выбранных фильмов, по 10 пользовательских и профессиональных соответственно. Для исследования профессиональной критики нами были выбраны общественно-политические издания, информационно-развлекательные ресурсы и специализированные сайты о кино: «Afisha.Daily», «Film.ru», «Правила жизни», «Фонтанка.ру» и др. Для анализа пользовательских рецензий был выбран сайт «Кинопоиск» как самый популярный среди аналогичных отечествен-

ных сервисов по данным международной исследовательской компании GfK на 2023 г.

В ходе рассмотрения рецензий по первому критерию был получен следующий результат (Рис. 1): комментарии по поводу исторических событий, представленных в фильме, присутствуют и в профессиональных, и в пользовательских рецензиях примерно в равном количестве.

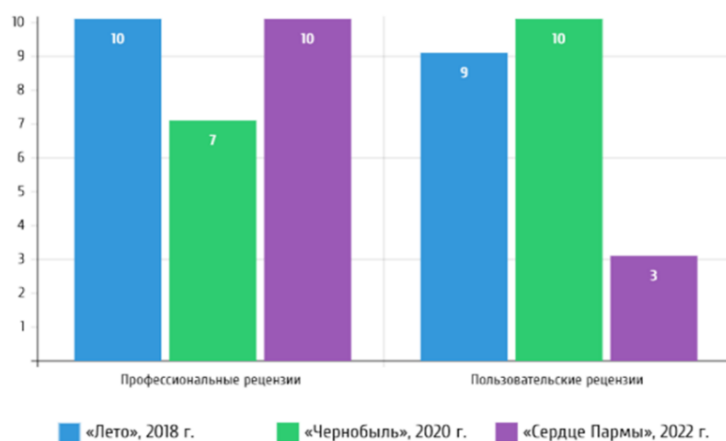


Рисунок 1. Анализ исторического материала в сюжете

Однако есть существенное отличие в репрезентации данного параметра в профессиональных и пользовательских рецензиях: авторы-любители либо ограничиваются упоминанием исторического контекста, либо оценивают его поверхностно, не приводя аргументов и конкретных фактов. В свою очередь, профессиональные критики приводят в подтверждение суждений конкретные исторические факты.

Авторы пользовательских рецензий реже, чем профессиональные критики, подвергают верификации речь героев и визуальный ряд фильма (Рис. 2).

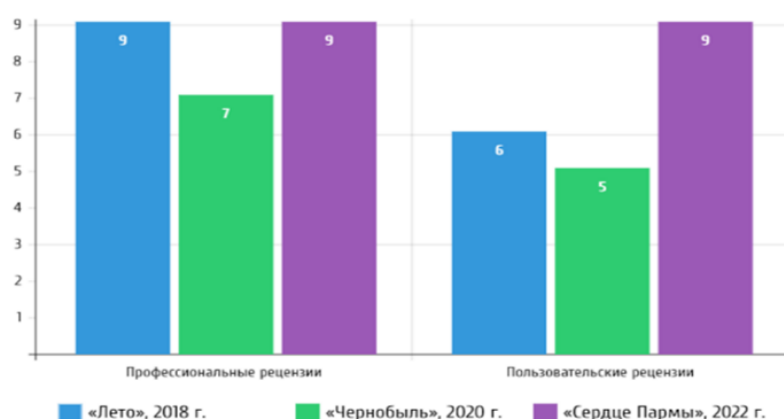


Рисунок 2. Верификация речи и визуального ряда

Профессиональные критики детализировано описывают визуальный ряд и речь: «Юрий Антонов с Пугачевой на непрерывной звуковой дорожке, красные флаги, портреты вождей, программа “Время” по ящику, внушительный автопарк “Волг” и львовских автобусов. При такой стандартной, типовой ре-

конструкции еще сильнее в глаза бросаются даже мельчайшие ляпы: в расположенном под Киевом Чернобыле отчего-то обитают исключительно бледнолицые жители СССР с очень правильным ленинградским выговором, никаких тебе гэканий и шоканий» [Чувиляев 2021]. В пользовательских рецензиях оценка речи героев и визуального ряда выглядит чаще всего предельно обобщенной: «костюмеры поработали шикарно, на “10 с плюсом”, и постарались воссоздать колорит эпохи» [Колнобрыцкий 2021].

Профессиональные критики чаще распознают стилистические заимствования и отсылки в фильмах (Рис. 3).

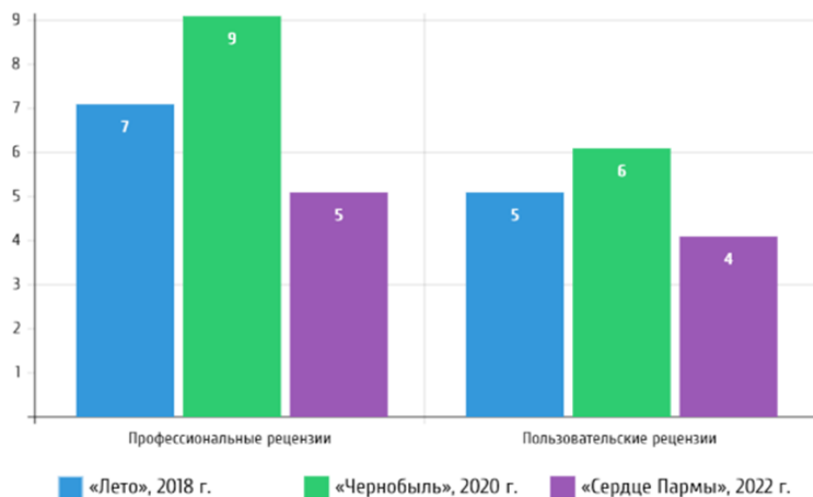


Рисунок 3. Отсылки к другим фильмам

В ходе анализа материала по критерию определение идеологического содержания картины и его сопоставление с социально-политической реальностью времени производства нами была отмечена особенность, присущая пользовательским рецензиям: авторы-любители при написании текстов опираются на личный опыт: «Среди моих знакомых и коллег когда-то были ликвидаторы, которые после работ в той зоне достаточно быстро умерли» [Колнобрыцкий 2021]; «Поскольку я не жил во времена СССР. Но судя по рассказам людей, которые там жили с 60-70-х, такой всеобъемлющей холодной атмосферы безразличия, такого прохладного отношения к людям не было» [Саргса 2022]. Опора на личный опыт может рассматриваться как фактор, влияющий на популярность пользовательских рецензий среди читателей: темы, которые затрагивают авторы рецензий, волнуют обычных зрителей.

Большинство пользовательских рецензий, в отличие от профессиональных, включают выраженную оценку фильма (Рис. 4). Подчеркнутая оценочность при этом дополняется эмоциональностью: «Фильм очень понравился, он не идеальный, в нем достаточно огрехов и вопросов без ответов, когда они нужны, но тем не менее для нашего кино это крутой уровень» [Южная 2023]; «Этот фильм не идеален, нашего ответа сериалу НВО он не сделал и главная причина – он безбожно скучный...» [Жюльверн 2021].

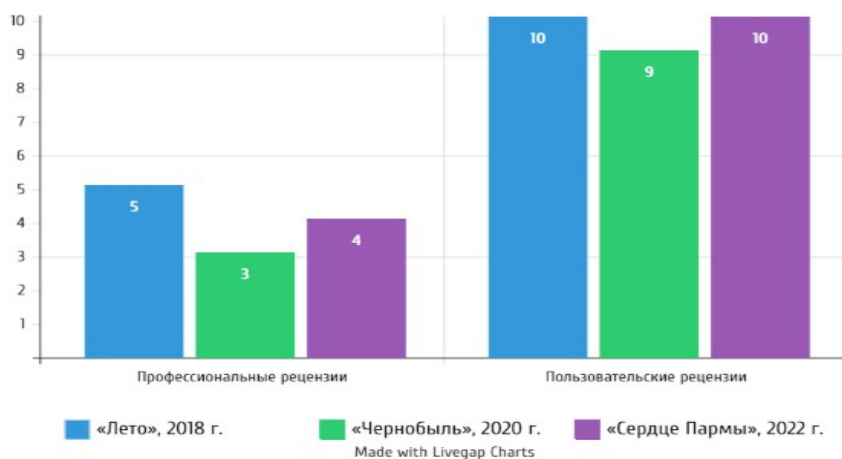


Рисунок 4. Оценочность в рецензиях

Также в процессе анализа нами было отмечено различие в объеме пользовательских и профессиональных рецензий: более половины проанализированных нами любительских рецензий содержат менее 500 слов, в то время как количество слов в большинстве профессиональных рецензий – более 700.

Выводы

В результате сравнительного анализа мы выявили следующие характеристики профессиональных и пользовательских рецензий на исторические фильмы. Профессиональной критике свойственно подвергать анализу исторический контекст сюжета фильма, верифицировать его, сопоставляя с реальными историческими фактами. При анализе киноленты, авторы профессиональных рецензий проводят ассоциативные связи с другими историческими фильмами, а также учитывают социально-политическую реальность времени создания картины, что позволяет сделать оценку исторического материала более глубокой и аргументированной. Авторы пользовательских рецензий, как и профессиональные критики, рассматривают исторический контекст в сюжете и проводят ассоциативные связи с другими фильмами, что указывает на уровень содержательности оценки. Важно отметить яркую особенность, которая проявилась в большинстве проанализированных нами пользовательских рецензий: наличие выраженной оценки, дополненной повышенной эмоциональной тональностью. Оценка в сочетании с лаконичностью формулировки дает читателю четкое понимание, стоит ли обращать внимание на фильм. Повышенная тональность, в свою очередь, оказывает влияние на читателя, апеллируя к его эмоциональности. Также важно отметить, что пользовательские рецензии носят личностно ориентированный характер: оценка, отраженная в текстах рецензий, строится на субъективном опыте автора. Благодаря данной особенности рецензент-любитель оказывается ближе к читателю. Данные об объеме анализируемых публикаций, указывают на то, что большинство анализируемых пользовательских рецензий можно отнести к типу мини-рецензий, что также может влиять на популярность рецензий у аудитории.

Таким образом, за счет выраженности оценки, меньшего объема и опоры на личный опыт пользовательские рецензии привлекают к себе внимание боль-

шой аудитории. Данные особенности, присущие пользовательским текстам, позволяют авторам-любителям создать реальную конкуренцию профессиональным медиа.

Список литературы

Ванько Т. Р. Своеобразие жанров кинорецензии в медиaprостранстве // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2021. Вып. 8. С. 9–20.

Васева Т. Д. Профессиональная и любительская кинокритика в видеоформате: сравнительный анализ // Сборник тезисов докладов научно-практической конференции студентов Курганского государственного университета. 2019. Вып. 10. С. 29–30.

Винникова А. Кинорецензия как жанр журналистики // Медиасреда. 2007. Вып. 2. С. 66–70.

Горбачева Ю. А. Ультракороткие рецензии Антона Долина: специфика формата // Медиапространство Прикаспийского региона: тенденции и перспективы развития: сборник трудов Международной заочной научно-практической конференции молодых исследователей. Астрахань, 2020. С. 28–29.

Гаранина Э. Ю. Оценочность в жанре кинорецензии // СибСкрипт. 2013. Вып. 2. С. 28–31.

жюльверн История подвига от Данилы Козловского // Кинопоиск. 30.05.2021. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.kinopoisk.ru/user/27822631/comment/3159645/> (Дата обращения: 14.04.2023).

Колнобрыцкий В. Драма живых, которую превратили в мелодраму оловянных... // Кинопоиск. 05.06.2021. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.kinopoisk.ru/user/26249630/comment/3034747/> (Дата обращения: 11.04.2023).

Кочкина А. А. К вопросу о методике исследования художественного кино как исторического источника // Документ в современном обществе: между прошлым и будущим: тезисы 10 Всероссийской студенческой научно-практической конференции. 7-8 апреля 2017 г. Екатеринбург. 2017. С. 341–343.

Лысова Н. А. Репрезентация образа прошлого в современных отечественных игровых исторических фильмах // Философия и культура. 2020. Вып. 2. С. 12–26

Романовская А., Смирнов Г. По ту сторону исторического кино // Пространство документации: Режимы существования кинематографических свидетельств. 2019. С. 40–51.

Ртищева В. А. Кинорецензия как жанр журналистики // Международный научный журнал «Слово в науке». 2022. Вып. 7. С. 15–17.

Чувильяев И. Настоящий ты мужик: что хочешь — то и творишь, или Почему Даниле Козловскому не дался Чернобыль // Фонтанка.ру. 15.04.2021. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.fontanka.ru/2021/04/15/69868043/> (Дата обращения: 13.04.2023).

Шамин С. М. Советский и российский кинематограф о европейцах в русской истории: Древняя русь и Россия Нового времени // Философия и культура.

2020. [Электронный ресурс]. URL: <http://rosmir.iriran.ru/archival.php?id=53> (Дата обращения: 17.12.2022).

Шкайдерова Т. В. Адаптация кинокритики к новым медиаусловиям // Коммуникативные исследования. 2014. Вып. 2. С. 141–146.

Южная И. Манмомент // Кинопоиск. 13.11.2022. [Электронный ресурс]. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.kinopoisk.ru/user/3313522/comment/3197090/> (Дата обращения: 08.04.2023).

Саргса. Как фильм? ПоГОСТу // Кинопоиск. 02.07.2022. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.kinopoisk.ru/user/27822631/comment/3159645/> (Дата обращения: 14.04.2023).

М. У. Bochkareva

Student of Philological Faculty

Perm State University

HISTORICAL CINEMA IN PROFESSIONAL AND USER REVIEWS: PROBLEMS AND NATURE OF ASSESSMENT

The purpose of the article was a comparative analysis of professional and amateur reviews of historical films. The research materials included reviews of the films «Summer», «Chernobyl», «The Heart of Parma», published in domestic sources. Evaluation criteria: analysis of historical material in the plot; verification of speech and visual range; comparison of the film with other films; comparison of the ideological content of the film with the socio-political reality of the time of production; personal impression of the reviewer. The author comes to the conclusion that due to their expressed assessment, volume and reliance on personal experience, amateur reviews attract the attention of the audience, competing with professional media.

Key words: historical film; film review; user reviews; amateur reviews; professional reviews.

УДК 070

Анастасия Викторовна Козеева
студент филологического факультета
Пермский государственный
национальный исследовательский университет
anastas.kozeeva@rambler.ru

КОНСТРУИРОВАНИЕ ОБРАЗА ТЕРРИТОРИИ В ТРЭВЕЛ-ПУБЛИКАЦИЯХ ЛОКАЛЬНЫХ СМИ (НА ПРИМЕРЕ ПЕРМСКОГО ГОРОДСКОГО ПОРТАЛА 59.RU)

Исследование связано с проблемой формирования имиджа региона в СМИ. Применен метод создания образной карты в опоре на географическую методику анализа текста, предложенную В. Н. Калуцковым. В ходе исследования была составлена образная карта Пермского края, на которую нанесены основные маршруты публикаций городского портала 59.ru, виды фокусных точек (достопримечательности, культурные и природные объекты, инфраструктура), способы передвижения. Картирование позволило проявить основные значения образа Пермского края, созданного в трэвел-публикациях 59.ru: древние история и мифология, уникальный природный ландшафт, развитая туристическая инфраструктура.

Ключевые слова: трэвел-публикации; образная карта; имидж региона; образ территории; роль СМИ.

Введение

Исследование трэвел-публикаций в городских СМИ посвящено проблеме формирования имиджа территории, в котором важную роль играют средства массовой информации. СМИ имеют существенное влияние на восприятие региона широкой аудиторией, включая местных жителей, потенциальных туристов, инвесторов и представителей бизнес-сообщества. Представленные в СМИ географические образы закрепляются в массовом сознании и влияют на формирование региональной идентичности.

Теоретической рамкой исследования послужили работы Д. Н. Замятина [Замятин 2013: 14], посвященные геокультурному брендингу территорий, и В. В. Тулупова [Тулупов 2021: 236], связанные с ролью СМИ в конструировании имиджа региона.

Материалом исследования являются трэвел-публикации 2020-2023 гг. на городском портале 59.ru. По данным «Медиалогии», лидера в анализе социальных медиа, 59.ru находится на третьем месте в категории самых цитируемых СМИ Пермского края в 2022 г. [Пермский край: рейтинг СМИ 2022]. Кроме того, выбор материала обусловлен регулярностью крупных трэвел-публикаций, по сравнению с другими СМИ Перми («Аргументы и факты», «Новый компаньон»). Временные рамки исследования включают в себя публикации за 2020–2023 годы. Это время интенсивной подготовки Перми к празднованию 300-летия города и обсуждения вопросов об образе города и Пермского края. Всего было выявлено 22 публикации, преимущественно это материалы рубрики «Куда поехать туристу в Прикамье».

В основу исследования был положен метод создания образной карты с опорой на географическую методiku анализа текста, предложенную В. Н. Калуцковым [Калуцков 2021: 76]. Он предполагает характеристику образа пространства с опорой на географические составляющие путешествия: маршруты и трассы, фокусные точки (остановки), пейзаж, люди, способы передвижения. С помощью литературных образов можно выделить географические характеристики и составить образную карту региона. Под образной картой В. Н. Калуцков понимает систему комплексных географических характеристик региона, представленных на карте [Калуцков 2018: 210].

В соответствии с основными аспектами анализа на карте представлены основные маршруты трэвел-публикаций (всего выделено 19), виды фокусных точек (достопримечательности, культурные объекты, природные объекты, инфраструктура), способы передвижения. На основе материалов издания создана образная карта региона [Образ Пермского края 2023].

Особенности пермских трэвел-публикаций

В основном на городском портале 59.ru маршруты связаны с путешествием на север Пермского края: Чердынь, Красновишерск, Кизел, Усьва, Чусовой, – в места, где располагаются горные ландшафты и исторические достопримечательности. Например, камень Ветлан, который находится на реке Вишере; камень Полюд, который располагается в Красновишерском районе; Усьва, Чусовая, Вишера – реки, на которых проводят сплавы; Чердынь – самый древний город Пермского края, в котором сохранилось много старинных зданий. Кроме того, представлено западное и юго-западное направления: Краснокамск, Чайковский – исторические места, архитектурные памятники, музеи и театры. Краснокамск – город-спутник Перми, где находится собственная фабрика деревянной игрушки; Чайковский – город Прикамья, с трех сторон окруженный водой. Юго-восточная часть Пермского края представлена Кунгуром, который имеет статус исторического города России; Суксуном, известным производством самоваров; селом Кын, первым населенным пунктом, получившим статус исторического поселения.

Отметим, что в публикациях не упоминаются такие крупные туристические центры, как Соликамск, Оса, Хохловка. На наш взгляд, эта избирательность вызвана фокусом на менее исследованных местах, которые воплощают уникальные исторические и культурные аспекты региона.

Остановки на маршрутах связаны с достопримечательностями и инфраструктурными объектами. Самая обширная группа (примерно 50%) – это природные достопримечательности. Среди них доминируют скалы и реки. Среди культурных достопримечательностей преобладают музеи, архитектурные и промышленные объекты. Последние часто представлены заводами (завод Шпагина, Мотовилихинские заводы). Предметом нарратива становится история этих заводов. Современные промышленные предприятия не фигурируют в публикациях.

Факты о культуре городов, которые упоминаются в очерках, также влияют на восприятие региона, подчеркивают его уникальность. Например, Суксун ассоциируется с историей самоварного производства [Кузнецова 2022], а Чер-

дынь – с историческим городом, где можно увидеть старые храмы, «купеческие дома с засовами и ставнями» [Якунчева 2020]. Такие ассоциации делают Пермский край более привлекательным для любителей истории и культуры.

В последнее время активными в культурном и туристическом пространстве Перми становятся литературные локусы, что отражено в публикациях портала 59.ru. На нашей карте представлены Дом с фигурами (образ из романа «Доктор Живаго»), дом Бориса Пастернака, дом Василия Каменского. Упоминание литературных мест в публикациях редакции значительно обогащает образ Перми как культурного и туристического центра, привлекает внимание как туристов, так и жителей, и способствует развитию культурной и образовательной сферы города.

Сейчас Пермский край становится одной из востребованных площадок для съемок фильмов и сериалов. В 59.ru представлено репортажное путешествие на съемочную площадку популярного сериала «Территория». Такие публикации представляют новый, кинематографический, лик региона [Якунчева 2021].

Помимо этого, в публикациях портала часто упоминаются инфраструктурные объекты: кафе, отели, базы отдыха, сувенирные магазины, что можно наблюдать на карте. В публикациях 59.ru Пермский край предстает как территория с развитой туристической сферой и достаточно продуманной инфраструктурой.

Способы передвижения также влияют на восприятие пространства. Среди пермских путешествий преобладают организованные путешествия на туристическом транспорте. Однако есть публикации, которые включают рассказы об индивидуальных путешествиях. Использование более мобильных, чем туристический автобус, способов знакомства с территорией, создает более подробный и личный образ территории. Например, в материале «По следам экспедиции художников: какие удивительные места можно увидеть в Чердыни и рядом с ней» автор описывает, как члены экспедиции отправились на лодках в село Шакшер, где зародилась шакшерская школа деревянной скульптуры [Якунчева 2022]. Такой способ исследования территории позволяет изучить значимость и культурное наследие местности.

Чтобы сделать образ Пермского края выразительным и живым, журналисты 59.ru используют приемы вовлечения читателей. В качестве самых заметных отметим репортажность публикаций и опору на личные впечатления, активность легенд и мифов, использование краеведческой информации, которая подчеркивает уникальность региона, а также диалогичность и юмор.

Репортажность позволяет погрузить читателя в атмосферу путешествия и ощутить пространство: «Как только мы ступили на тропу, сразу стало понятно – туристов здесь в разы меньше, чем на тех же Усьвинских столбах: человеческих следов нет вообще» и «Уезжать ни с чем мы были не готовы (вспомните пятичасовую дорогу на машине и полутора часовой подъем), поэтому решили пробираться по сугробам» [Жукова 2022].

Описание достопримечательностей часто сопровождается пересказом мифов и легенд. Например, в публикации пересказывается легенда о водопаде Плакун: «Плакун образовался из слез девушки, которую хотели насильно вы-

дать замуж за нелюбимого. Когда девушка отказалась, ее привезли в пещеру и оставили рыдать над своей судьбой» [Кузнецова 2020 а].

В публикациях журналисты используют справочную информацию, делая акцент на уникальном или неожиданном факте: «Начнем с неожиданного факта: Петр Ильич Чайковский родился не в Чайковском» [Кузнецова 2020 б]. В материале упоминают и писателей, которые побывали в описываемом месте: «Писатель Дмитрий Мамин-Сибиряк и заглянул в самую Чердынь, оставив воспоминание об этом в рассказе «Старая Пермь»; «Смогли побывать в больнице, где поэт Осип Мандельштам находился, будучи в ссылке» [Якунчева 2020].

Для создания контакта с читателем используются приемы диалогичности, например, обращение к читателю («Если подъем дается тяжело, не мучайте себя – красота и так уже вокруг вас» [Якунчева 2020]) или приглашение к совместному движению («Дойдя до конца набережной, вы попадете...», «Вы можете доехать до площади и оценить расположенный там фонтан» [Кузнецова 2022]).

Выводы

Исследование показало, что редакция городского портала 59.ru создает репрезентативный с точки зрения туристических достопримечательностей образ Пермского края. Основные составляющие созданного образа: история и мифология, богатые культурные традиции, уникальный природный ландшафт, развитая туристическая инфраструктура. Однако можно отметить, что в публикациях 59.ru существует недостаток информации о современниках, благодаря которым край живет и развивается.

Список литературы

Жукова А. К смотровым площадкам – по пояс в снегу: проверяем туристическую инфраструктуру Ветлана // 59.RU. 2022. [Электронный ресурс]. URL: <https://59.ru/text/entertainment/2022/01/04/70342952/> (Дата обращения: 05.10.2022).

Замятин Д. Н. Геокультурный брендинг территорий: концептуальные основы // Лабиринт. Журнал социально-гуманитарных исследований. 2013. Вып. 5. С.11–23.

Калуцков В. Н. Образно-географическая карта Русского Севера // Русский Север. 2018: Проблемы изучения и сохранения историко-культурного наследия: сб. материалов II Всерос. науч. конф. с международным участием (Тотьма, 1-4 марта 2018 г.). С. 210-215.

Калуцков В. Н. Южанин в Сибири: литературно-географическое исследование путешествия А. П. Чехова (на материале очерков А. П. Чехова «Из Сибири» и его путевых писем) // Географический вестник. 2021. Вып. 3(58). С. 74–91.

Кузнецова М. От водопада с висячим мостом до самовара-гиганта: что посмотреть и где сделать фото в Суксуне и его окрестностях // 59.RU. 2020. [Электронный ресурс]. URL: <https://59.ru/text/entertainment/2020/08/21/69426334/> (Дата обращения: 08.10.2022).

Кузнецова М. Что посмотреть в Чайковском: едем туристами в город на юге Прикамья – там есть гигантское водохранилище // 59.RU. 2020. [Электрон-

ный ресурс]. URL: <https://59.ru/text/entertainment/2020/07/30/69380635/> (Дата обращения: 05.10.2022).

Образ Пермского края / Образная карта региона. 2023. [Электронный ресурс]. URL: <https://clck.ru/35Nrmu>. (Дата обращения: 05.10.2022).

Пермский край: рейтинг СМИ за 2022 год // Медиалогия [Электронный ресурс]. URL: <https://www.mlg.ru/ratings/media/regional/11958/> (Дата обращения: 05.10.2022).

Тулупов В. В. Трэвел-журналистика в продвижении туристского продукта: региональный аспект / В.В. Тулупов, М.С. Штейман, М.А. Стрельникова, А.В. Покачалова. // Вопросы теории и практики журналистики. 2021. Т. 10. № 2. С. 225–239.

Якунчева О. «Страшный суд», шведская ракушка и иранское серебро: путеводитель для туриста по древней Чердыни // 59.RU. 2020. [Электронный ресурс]. URL: <https://59.ru/text/world/2020/08/17/69422482/> (Дата обращения: 08.10.2022).

Якунчева О. В Прикамье вновь снимают мистический сериал «Территория». Что ждет зрителей в новом сезоне? // 59.RU. 2021. [Электронный ресурс]. URL: <https://59.ru/text/entertainment/2021/12/17/70321865/> (Дата обращения: 08.10.2022).

Якунчев О. По следам экспедиции художников: какие удивительные места можно увидеть в Чердыни и рядом с ней // 59.RU. 2022. [Электронный ресурс]. URL: <https://59.ru/text/culture/2022/08/27/71583542/> (Дата обращения: 07.10.2022).

A. V. Kozeeva

Student of Philological Faculty
Perm State University

CONSTRUCTING THE IMAGE OF A TERRITORY IN TRAVEL PUBLICATIONS OF LOCAL MEDIA (USING THE EXAMPLE OF THE PERM CITY PORTAL 59.RU)

The research is related to the problem of forming the image of the region in the media. The method of creating a figurative map based on the geographical method of text analysis proposed by V.N. Kaluzkov is applied. During the research, a figurative map of Perm Krai was compiled, on which the main publication routes of 59.ru, types of focal points (sights, cultural and natural objects, infrastructure), modes of transportation. Mapping made it possible to show the main meanings of the image of the Perm Region created in travel publications 59.ru: ancient history and mythology, unique natural landscape, developed tourist infrastructure.

Key words: travel publications; figurative map; image of the region; image of the territory; the role of the media.

Юлия Евгеньевна Плотникова
студент филологического факультета
Пермский государственный
национальный исследовательский университет
yuliyaplotnikova2002@gmail.com

ТЕХНОЛОГИИ ИММЕРСИВНОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ В КУЛЬТУРНОМ ВОСПРОИЗВОДСТВЕ

Иммерсивная журналистика использует виртуальную и дополненную реальность, 3D-модели и другие современные цифровые технологии для создания эффекта погружения. Иммерсивная журналистика – явление относительно новое, но уже ставшее мировым трендом, активно развивается в последние годы. Просветительские проекты новостных изданий становятся частью культурного воспроизводства. В статье представлен анализ мобильного приложения «Музей исчезнувших картин» от РИА Новости как интерактивного просветительского проекта.

Ключевые слова: иммерсивная журналистика; иммерсивность; иммерсивные технологии; виртуальная реальность; виртуальный музей; культурное воспроизводство; РИА Новости.

Введение

Изобретение всемирной системы объединенных компьютерных сетей изменило мир и вывело из равновесия классические СМИ. Интернет перестроил систему восприятия мира и получения информации о нем. Интернет и его новые технические средства имеют значительное влияние на классические СМИ, которые должны постоянно адаптироваться, чтобы оставаться релевантными и конкурентоспособными в новой цифровой эпохе. На online-платформах возможно использование нескольких форматов одновременно и множества средств выразительности. Наступила эпоха мультимедиа.

На наш взгляд, иммерсивная журналистика («immersive» в переводе с английского означает погружение) – это новый подход к созданию контента, который позволяет зрителю окунуться в историю, увидеть от первого лица описываемые события, погрузиться в воссозданную с помощью цифровых технологий реальность.

В интернете иммерсивная журналистика имеет различные формы: интерактивный видеорепортаж, который позволяет зрителю выбирать направление истории; виртуальный тур по месту происшествия или исторической локации; дополненная реальность, которая добавляет дополнительную информацию к фотографиям или видео.

Мы сфокусируем внимание на иммерсивных материалах, созданных журналистами с применением технологий виртуальной реальности.

В. А. Гермашова дает такое определение понятия *виртуальная реальность*: «созданная компьютерными средствами трехмерная модель реальности, которая создает эффект присутствия человека в ней, позволяет взаимодейство-

вать с представленными в ней объектами, включая новые способы взаимодействия: изменение формы объекта, свободное перемещение между микро- и макроуровнями пространства, перемещение самого пространства» [Гермашова 2009: 218].

Иммерсивные материалы, созданные на основе VR-технологий, воздействуют на органы чувств человека. Достоверный образ виртуального пространства формируют трехмерная компьютерная графика, звуковые дорожки и приборы, отслеживающие движение пользователя, моделирование ощущений непосредственного контакта пользователя с объектами виртуальной реальности, управление этими объектами. Одновременно задействуется несколько каналов восприятия – зрение, слух и осязание. Виртуальное окружение обладает интерактивностью, так как при помощи специализированного оборудования пользователь может воздействовать на виртуальные объекты и менять цифровую среду [Смирнов 2006: 56].

Журналисты, используя иммерсивные технологии, создают истории, которые могут лучше передать сложные сюжеты, идеи, эмоции. Также применение средств иммерсивности привлекает молодую аудиторию, которая уже привыкла к использованию новых технологий в своей повседневной жизни. В настоящее время иммерсивные технологии широко применяются не только в журналистике, но и в различных сферах деятельности, и используются в практиках культурного воспроизводства – сохранения культурных форм, ценностей, норм и их передачи от поколения к поколению.

«Музей исчезнувших картин»: особенности виртуальной выставки

РИА Новости с помощью иммерсивных проектов не только освещает новостную повестку и социальные проблемы, но и создает просветительские и развлекательные материалы. В 2018 г. информационным агентством было разработано приложение «РИА.Lab» – платформа иммерсивной журналистики. На ее базе на момент написания статьи были размещены десять AR-историй, четыре AR-выставки и одиннадцать VR-историй. Каждый материал представлен в формате лонгрида на сайте РИА Новости с историей создания проекта, описанием основных идей и иммерсивных возможностей итогового медиапродукта. Кроме того, «РИА.Lab» продолжает экспериментировать с жанрами. На платформе уже представлены репортажи 360°, VR-расследования и реконструкции, AR-выставки и смоделированное с нуля виртуальное пространство музея утраченных произведений искусства.

«Музей исчезнувших картин» – это проект РИА Новости и пятая VR-история платформы иммерсивной журналистики «РИА.Lab». Впервые он был представлен на VIII Международном культурном форуме в Санкт-Петербурге в 2019 г. Анонс виртуального музея доступен в списке материалов «РИА.Lab», при этом сам «Музей исчезнувших картин» является отдельным приложением, которое нужно скачивать на мобильное устройство в AppStore и Google Play.

Н. Г. Поврозник дает такое определение понятию *виртуальный музей*: «информационная система, содержащая концептуально единую электронную коллекцию или совокупность коллекций предметов (экспонатов) с метаданными, имеющая характеристики музея и позволяющая осуществлять научную,

просветительскую, экспозиционную и экскурсионную деятельность в виртуальном пространстве» [Поврозник 2015: 214].

«Музей исчезнувших картин» представляет собой виртуальное пространство выставки утраченных произведений искусства. В приложении доступно два режима просмотра: VR и 360°. Пользователь, посещающий «Музей исчезнувших картин», оказывается в круглом зале с семнадцатью постаментами, которые приближаются при удерживании на них курсора. Под ногами он видит обычный деревянный пол, который можно встретить не только в реальном музее, но и в любом здании; стены и потолок выглядят нереально, волшебно – потолок удерживают высокие геометрические колонны из переливающегося темно-синего материала, по стенам плывут звезды. Создается контраст и ощущение сна. Основным музыкальным сопровождением является произведения М. П. Мусоргского. Классическая музыка создает настроение для того, чтобы изучать искусство. Если пользователь использует наушники, он полностью погружается в виртуальное пространство, абстрагируясь от реальных звуков своего окружения.

В музее представлены семнадцать утраченных произведений искусства:

1) Картины: «Забытый» и «Буддистский храм в Никко» В. В. Верещагина; «Первый снег» С. Ю. Жуковского; «У окна» и «Рыболов» К. А. Коровина; «Итальянский пейзаж» и «Корабль на мели» И. К. Айвазовского; «Старая Москва. Пристань у Спасских водяных ворот Китай-города» А. М. Васнецова; «Бурлаки» И. И. Левитана; «Композиция №2» В. В. Кандинского; «Радуга. Этюд» А. И. Куинджи; «Косуля в снегах» А. Д. Древина; «Червонная дама» О. В. Рязановой и «Потрет Федора Шаляпина» И. Е. Репина.

2) Иконы: Смоленская икона Божией Матери «Одигитрия» XI в. и Андрониковская икона Божией Матери XIV в.

3) Памятник архитектуры: Успенская церковь в Кондопоге.

Оригинал каждого экспоната был утрачен: уничтожен самим автором, утрачен в военное время или украден. Вживую в галерее их уже не увидеть. Шедевры русской культуры были потеряны безвозвратно, у некоторых из них нет цифровой копии в интернете в открытом доступе. Только в «Музее исчезнувших картин» человек может увидеть восстановленные полотна.

На своем официальном сайте РИА Новости сообщает, что проект «Музей исчезнувших картин» основан на журналистском расследовании и обширной работе с архивами российских и международных реестров утраченных культурных ценностей, каталогов Росохранкультуры, базы МВД и Интерпола. О большинстве утраченных полотен известных художников не осталось ничего, кроме редких упоминаний в музейных каталогах. Материалы предоставили семь российских музеев, среди которых Новосибирский государственный художественный музей, Национальный музей Чеченской Республики, Вязниковский историко-художественный музей и Государственный Русский музей; а также Розановский центр; Феодоровский женский монастырь и Смоленская епархия. Журналистами, искусствоведами и специалистами Министерства культуры России были найдены репродукции и фотографии, дневниковые за-

писи и письма, в которых упоминались работы, и с помощью нейросетей картины были восстановлены.

Вербальная форма коммуникации представлена в приложении в виде кратких подписей к экспонатам, которые включают название, имя автора и год создания. Наибольшее внимание уделено визуальному оформлению и качественному представлению репродукций утраченных произведений искусства. Каждый экспонат сопровождается аудио-рассказом о его создании, авторе и описанием событий, в результате которых произведение искусства было уничтожено или украдено. Благодаря аудиовизуальной форме подачи пользователь считывает информацию «естественным» путем, воспринимает виртуальное пространство вокруг себя как реальное. Он видит перед собой пространство музея и слышит голос невидимых экскурсоводов так, как это происходило бы в реальном музее.

По словам О. В. Шлыковой, аудиовизуальная форма коммуникации имеет специфические черты: комфортна для восприятия, не требует долгого и глубокого чтения; не требует «расшифровки» материала [Шлыкова 2020: 162]. Таким образом, виртуальное пространство музея воспринимается как естественное и комфортное, пользователь воспринимает услышанное и увиденное в более удобной и понятной форме, чем в том случае, если бы ему предоставили текстовый справочный материал о произведениях искусства и редкие фотографии.

Зритель не имеет возможности перемещаться по залу, но может активно взаимодействовать с окружающим. В структуру «Музея исчезнувших картин» введены интерактивные элементы и способы погружения в материал:

1) Звуки картин. На изображении экспоната расположены интерактивные точки. Удерживая курсор на каждой круглой иконке, пользователь запускает аудиозапись со «звуком полотна». На сожженной художником картине «Забывтый» в поле изображен мертвый мужчина, которого окружают вороны. Звуком, сопровождающим просмотр этого полотна, является карканье голодных птиц, которое позволяет почувствовать опустошение и брэнность бытия – основные мотивы полотна. Звуки картин погружают пользователя в нарратив произведения искусства. Так пользователь примеряет на себя роль героя картины.

2) Смена музыкального сопровождения. При приближении постаментов с иконами общее музыкальное сопровождение меняется на церковные песнопения. Пользователь, поставив на паузу аудио с речью экскурсовода, может представить, что он находится в церкви. В этом случае целью является «перенесение» посетителя виртуального музея в другое место, туда, где он раньше мог видеть утраченные предметы культурного наследия.

3) Эффект подглядывания через замочную скважину. Некоторые из утраченных картин были украдены. Полотно «Рыболов» К. А. Коровина выкрали из Вязниковского историко-художественного музея в 2013 г. В мобильном приложении пользователю предоставляется возможность взглянуть на полотно через замочную скважину глазами воров и воссоздать в своем сознании ночь преступления. Так пользователь примеряет на себя роль вора.

4) Восстановление цвета. От некоторых утраченных картин остались только черно-белые фотографии или наброски. Полотно «Буддистский храм в

Никко» В. В. Верещагина было потеряно в 1941 г. во время оккупации Крыма. Сохранилась только черно-белая репродукция картины, на основе которой нейросеть восстановила цвета. В приложении есть интерактивная функция восстановления цвета. Курсор становится кистью, и, водя ей по картине, зритель возвращает полотну изначальный облик. Так пользователь примеряет на себя роль реставратора.

5) Рентген. «Портрет мадам Алисы Ривуар с декоративной собачкой» кисти И. Е. Репина изначально был портретом Федора Шаляпина. Об этом стало известно только в 2009 г., когда полотно готовили к аукциону и просветили рентгеном. Оказалось, что художник написал одну картину поверх другой. Посетитель виртуального музея может «просветить» рентгеновским излучением картину с мадам Ривуар и увидеть то, что скрыто под верхним слоем краски. Так пользователь примеряет на себя роль сотрудника музея или эксперта.

6) Визуализация гибели картины. Многие полотна были уничтожены намеренно, самим автором, его противниками или во время войн, когда расхищение музеев становилось политическим заявлением. «Радуга» А. И. Куинджи была украдена или уничтожена во время боевых действий в Грозном в 1990-х гг. Когда постамент с картиной приближается к пользователю, в полотно попадает шесть пуль. На глазах у зрителя шедевр русского искусства жестоко уничтожается. Пользователь, наблюдающий за этим, может почувствовать боль от утраты.

7) Видео-реконструкция пожара Успенской церкви. Когда пользователь загружает приложение, он оказывается в виртуальном зале в определенном положении – напротив постамента с изображением Успенской церкви, между двумя колоннами на заднем фоне. Удерживая курсор на постаменте, он приближает его и запускает видеоряд на задней стене музея. От пламени на крыше церкви все пространство вокруг краснеет, в наушниках звучат звуки горящего дерева. Пользователь может поставить себя на место жителей Кондопоги, на глазах которых сгорал памятник архитектуры.

Иммерсивные техники и приемы создают эффект погружения, посетитель виртуального музея не только смотрит на само произведение искусства, но и становится свидетелем того, что происходило с произведением искусства во время его уничтожения или исчезновения в рамках виртуального пространства. Пользователь пробует себя в новых ролях: герой картины, художник, реставратор, сотрудник музея и вор. Виртуальный музей дает особое восприятие, которое превосходит взаимодействие с картиной в реальной жизни.

«Музей исчезнувших картин» – это не только архив с репродукциями, но и мультимедийный проект, который вступает в диалог со своей аудиторией и занимает важное место в российском культурном пространстве. В 2020 г. «Музей исчезнувших картин» стал лауреатом премии «Культура онлайн» в области интеграций ИТ и культуры.

Т. Е. Максимова написала более двадцати работ на тему виртуальных музеев и их развития. Исследователь ввела классификацию виртуальных музеев по следующим признакам:

1) По локальности: национальные музеи (на национальном языке) и интернациональные (на нескольких языках);

2) По функциям: информационно-познавательная функция; коммуникативная; экономическая; образовательная;

3) По доступности: открытый музей (добавить экспонаты может любой пользователь); полуоткрытый (добавить экспонаты могут другие музеи или только владелец виртуального музея); закрытый (доступ к коллекции ограничен для узкого круга пользователей);

4) По возрастной категории: музей для взрослой аудитории; семейный; предназначенный для широкой аудитории; детский.

5) По целям создателя: просветительская цель; коммерческая; общественно-политическая [Максимова 2012: 188].

Согласно классификации Т. Е. Максимовой, «Музей исчезнувших картин» – это *интернациональный* музей (сервис на русском и английском языках); *полуоткрытый* музей (приложение доступно для скачивания всем пользователям интернета, но редактировать содержание может только правообладатель); *семейный* музей (он не имеет возрастных ограничений и может быть интересен как взрослой, так и детской аудитории). Имеет *информационно-познавательную функцию* (в музее представлена информация о произведениях искусства, но отсутствует педагогическое вмешательство, пользователь самостоятельно изучает сервис) и *просветительскую цель* (приложение бесплатное и не является политическим высказыванием, его задача – предоставление новых знаний об утерянных произведениях искусства).

Преимуществами «Музея исчезнувших картин» являются доступность, информативное содержание и качественная визуализация с интерактивными элементами. Также в приложении есть опция подсказок, появляющихся на экране вместе с новыми иконками у экспонатов. Для удобства пользователей в приложении есть пауза для речи экскурсовода.

Недостатками стоит назвать долгую загрузку экспонатов необходимость скачивать отдельное приложение на телефон.

Выводы

«Музей исчезнувших картин» от «РИА. Lab» – это виртуальный музей, использующий современные технологии для эффекта погружения. Проект сохраняет память о потерянных шедеврах искусства и показывает важность оберегания культурного наследия.

Виртуальный музей – это новый подход к сохранению и репрезентации культурного наследия. Эффект погружения, достигаемый конструированием VR-пространства, расширяет опыт аудитории, которая более полно и эмоционально воспринимает материал. Виртуальный музей не является заменой реального музея, однако он может стать дополнением к существующим материальным экспозициям.

«Музей исчезнувших картин» – продукт синтеза журналистики и музейного дела. Благодаря этому объединению проект является исторически достоверным и соответствующим потребностям современной аудитории.

Список литературы

Гермашова В. А. Понятие «виртуальная реальность» в философском знании // Вестник Ставропольского государственного университета. 2009. Вып. 5. С. 215–221.

Максимова Т. Е. Виртуальные музеи: подходы к типологии // Вестник МГУКИ. 2012. Вып. 4 (48). С. 186–190.

Поврозник Н. Г. Виртуальный музей: сохранение и репрезентация историко-культурного наследия // Вестник Пермского университета. Серия: История. 2015. Вып. 4 (31). С. 213–221.

Смирнов А. В. Что такое мультимедиа? // Наука и школа. 2006. Вып. 4. С. 54–56.

Шлыкова О. В. Цифровое потребление культурного контента в условиях «новой нормы» дистанцированного мира // Вестник МГУКИ. 2020. Вып. 5 (97). С. 160–169.

I.E. Plotnikova

Student of Philological Faculty

Perm State University

TECHNOLOGIES OF IMMERSIVE JOURNALISM IN CULTURAL REPRODUCTION

Immersive journalism uses virtual and augmented reality, 3D models and other modern digital technologies to create an immersive experience. Immersive journalism is a relatively new phenomenon, but has already become a global trend and has been actively developing in recent years. Educational projects of news publications become part of cultural reproduction. The article presents an analysis of the mobile application “Museum of Disappeared Paintings” from RIA News as an interactive educational project.

Key words: immersive journalism; immersiveness; immersive technologies; virtual reality; virtual museum; cultural reproduction; RIA News.

ИССЛЕДОВАНИЯ В ОБЛАСТИ РЕКЛАМЫ И PR

УДК 81.42

София Антоновна Кокорина
студент филологического факультета
Пермский государственный
национальный исследовательский университет
sofia.ko2002@mail.ru

ЯЗЫКОВАЯ МАНИПУЛЯЦИЯ В КОММЕРЧЕСКОЙ РЕКЛАМЕ (НА МАТЕРИАЛЕ РЕКЛАМНЫХ САЙТОВ ЖИЛЫХ КОМПЛЕКСОВ Г. ПЕРМИ)

В настоящей статье рассматривается аспект языковой манипуляции в рекламе жилых комплексов. Исследуются способы, приемы и техники, используемые рекламными агентствами для воздействия на потребителей и оказания влияния на формирование их решений в вопросе приобретения недвижимости. Особое внимание уделяется использованию психологического и лингвостилистического воздействия в рекламных текстах с целью создания иллюзии престижности, уникальности и необходимости приобретения недвижимости в конкретном жилом комплексе. В заключение автор приходит к выводу о том, что речевая манипуляция в рекламе недвижимости является неотъемлемым компонентом рекламной стратегии.

Ключевые слова: языковая манипуляция; реклама жилых комплексов; речевые приемы.

Введение

Эффективное воздействие рекламного сообщения зачастую достигается за счет знаний психологии современного потребителя и умению скрыто воздействовать на покупателя, иными словами, манипулировать потребителем. Современная реклама использует не только образы и звуки, привлекающие внимание, но и языковые средства. При реализации речевых единиц в рекламном сообщении можно заметить манипулятивные техники, способные повлиять на поведение потенциального покупателя.

Целью нашего исследования является определение основных характеристик сайтов жилых комплексов (ЖК) как специфического типа рекламных текстов, отражающих объекты урбанонимического пространства. В число основных задач входит первичный сбор и систематизация материала сайтов жилых комплексов города Перми; описание результатов комплексного изучения манипулятивных приемов в коммерческой рекламе недвижимости.

Ю. К. Пирогова под *языковой манипуляцией* понимает «использование особенностей языка и принципов его употребления с целью скрытого воздействия на адресата в нужном для говорящего направлении; скрытого – значит неосознаваемого адресатом» [Пирогова, Паршин 2000: 76]. П. Б. Паршин уточняет, что языковое манипулирование подразумевает использование особенностей лексических средств целенаправленно и сознательно [там же: 57]. Именно

скрытость воздействия, как отмечает Е. С. Попова, является одним из ключевых признаков манипулятивного рекламного текста [Попова 2002: 279].

Особенности языковой манипуляции в рекламе ЖК

При анализе языковой манипуляции в рекламе жилых комплексов целесообразно рассматривать лексические, морфологические и синтаксические способы воздействия, чтобы выявить специфику их употребления.

Аббревиатура ЖК расшифровывается как «жилой комплекс», что значит совокупность жилых домов и окружающей его инфраструктуры, выполненных в едином архитектурном стиле и образующих целостную систему. Однако элементы инфраструктуры, входящие в состав жилого комплекса, зачастую позиционируются застройщиками, как объекты повышенного и дополнительного комфорта. Так, например, в рекламе ЖК «MARIINSKY» застройщик надевает «маску» заботливого друга, который предусмотрел все условия для благополучного проживания: *«Бывают моменты, когда хочется отдохнуть в тишине. Adagio-двор мы создали как раз для таких моментов»; «Приватный ADAGIO-двор с безупречным ландшафтным дизайном расположен на закрытой территории дома»* [Сайт ЖК «MARIINSKY»].

Особое внимание уделяется подземной парковке, как условию дополнительного комфорта: *«К вашим услугам – охраняемый подземный паркинг»* [там же]. Рекламный текст апеллирует к чувственной составляющей владельцев автомобилей, утверждая индивидуальный подход к этой категории покупателей: *«С особым трепетом здесь относятся к комфорту автолюбителей»* [там же].

Местоположение жилого комплекса выражено имплицитно: *«Между набережной и эспланадой»* [там же], что воспринимается потребителем как апелляция к шаговой доступности, в которой находятся перечисленные на сайте достопримечательности. Усиленный эффект исключительности и уникальности достигается при помощи выражения: *«Жить на набережной в самом центре Перми – особая привилегия»* [там же].

При этом на сайте возникает целостный образ жилого комплекса, который создается благодаря набору ярких образов: *«Здесь индустриальная мощь сплетается с богатыми культурными традициями. Именно здесь, на берегах Камы, рождаются шедевры мирового русского балета. И здесь мы строим приватный дом на набережной»* [там же]. В данном случае реализуется прием олицетворения, благодаря которому эстетические представления о балетном искусстве переносятся на образ жилого комплекса, авторы текста наделяют его возвышенными и утонченными характеристиками. Многократное повторение наречия *здесь* усиливает значение конкретного места, уминаемого в высказывании.

В рекламе ЖК «GRAND HOUSE» внимание привлекает название, которое переводится как 'великий дом'. Прилагательное *великий*, семантика которого определяется как 'выдающийся по своему значению, по своим достоинствам', задает соответствующий тон всему рекламному тексту. Интересно, что *grand* созвучно со словом *грандиозный*, что также влияет на создание образа жилого комплекса.

Особой экспрессией обладает выражение «*Место вне времени в центре Перми*» [Сайт ЖК «GRAND HOUSE»], которое мы понимаем как утверждение долговечности и уникальной архитектурной концепции ЖК, которая будет актуальна на протяжении долгих лет.

Величественный образ дома создается за счет эпитетов *премиальный, загородная, по-дворцовому изящная* отделка, *статусная* обстановка внутреннего пространства. Границы абстрактного определения *статусный* размываются, от чего у потенциального клиента появляется возможность самостоятельно сформировать свое представление о статусности. В выражении «*Двор – исключительно пешеходное пространство, открытое только жителям*» [там же] сильным воздействующим эффектом обладает наречие *только*, усиливающее эффект приватности и защищенности.

В рекламе ЖК «PRIME» начальное выражение – «*Квартал новых перспектив*» – сразу располагает к себе потенциального покупателя [Сайт ЖК «PRIME»]. Здесь примечательно использование существительного *квартал*, означающего не одно или два, а группу зданий. Употребление данной языковой единицы иллюзорно расширяет в сознании клиента границы домовый территории. Словосочетание *новые перспективы* апеллирует к чувствам человека и вызывает желание иметь больше, чем есть у него сейчас.

В этом же тексте используется фраза «*жизнь на высоте*» [там же], что подразумевает расположение дома на возвышенности. Однако выражение «*жизнь на высоте*» призвано вызвать яркую эмоцию, поскольку созвучно с идиомой *быть на высоте* и может быть истолковано, как утверждение о высоком уровне качества и комфорта предоставляемых услуг.

В рекламе ЖК «НЬЮТОН» упор делается на архитектуру, экологичность и повышенный комфорт: «*Строгие и стильные фасады из кирпича ручной работы задают новые требования к эстетике жилых зданий и оживляют район*» [Сайт ЖК «НЬЮТОН»]. Внимание привлекает определение *ручной работы*, употребление которого обращает внимание покупателя на неповторимый и уникальный внешний облик дома. Особой экспрессией обладает выражение «*задают новые требования*», где прилагательное *новые* имеет значение ‘возникшие только что’, иными словами, застройщик внушает клиенту, что его продукция на рынке недвижимости в данный момент обладает уникальными свойствами, ранее не представленными потребителю. Определение *новый* встречается на сайте ЖК неоднократно, усиливая образ новаторской постройки: «*Всемирное тяготению к новому*»; «*Ищем новое. Берем лучшее*»; «*Новый уровень комфорта*» [там же].

Кроме того, создать атмосферу индивидуальности и внушить это потенциальному потребителю помогает следующее выражение: «*Следуя идее новаторства, мы меняем представление о том, каким может быть качество жизни*» [там же]. Так застройщик настраивает потенциального покупателя на приобретение квартиры именно в ЖК «НЬЮТОН», не говоря об этом прямо.

Также прослеживается прием контраста, посредством которого рекламист подчеркивает удачное расположение жилого комплекса: «*Рядом с центром*

Перми», но при отсутствии *«шума и суеты мегаполиса»* [там же], что завершает образ благоустроенного ЖК «НЬЮТОН».

Местоименные единицы облегчают восприятие рекламы, задают эмоциональный фон и ритм рекламному тексту. В рекламных текстах активно употребляются местоимения *вы* и его вариации: *«строим ваш дом»*, *«у ваших ног»*, *«все это только для вас»*, *«новые потребности вас и вашей семьи»* [Сайт ЖК «MARIINSKY»], что воспринимается адресатом, в первую очередь, как забота о его комфорте и удобствах.

В рекламе ЖК «PRIME» интересно употребление прилагательного в совершенной степени при обращении к чувству защищенности потребителя: *«Высший уровень приватности и безопасности»* [Сайт ЖК «PRIME»]. Здесь же реализуется скрытое сравнение, т. е. клиент подсознательно сопоставляет услуги данного застройщика с его конкурентами. Потребителю обещают отсутствие доступа к территории посторонних лиц и, как дополнительное условие повышенного сервиса, круглосуточное видеонаблюдение. Концентрация внимания на данной информации при чтении текста достигается при помощи вводной конструкции *кроме того*.

Особой экспрессией обладает заявление *«соответствует самым высоким требованиям»* [там же]. Здесь важно обратить внимание на употребление совершенной степени прилагательного – *самый высокий*, поскольку границы этого значения абстрактны и нечетки, потребитель вкладывает свой смысл в эту фразу. Это способствует внушению идеи, что все пожелания будущих жильцов априори учтены.

Информирование будущих жителей об окружающей инфраструктуре в рекламе «GRAND HOUSE» представляет особый интерес, поскольку рекламист обещает, что в специально отведенных местах *«расположатся премиальные студии красоты, кофейни и рестораны»* [Сайт ЖК «GRAND HOUSE»]. В данном выражении употребляется глагол *располагаться* в будущем времени, указывающий на то, что перечисленные объекты комфорта еще не построены, однако их упоминание создает у покупателя иллюзию их существования.

Среди синтаксических конструкций выделяются многочисленные однородные конструкции, усиливающие эмоциональный фон текста. Например, встречаются перечисления стилевых черт: *«одновременно и классичен, и современен»*; *«обладает легкостью, стойкостью и характером»* [Сайт ЖК «MARIINSKY»]; компонентов, обеспечивающих безопасность: *«система контроля доступа, камеры видеонаблюдения и круглосуточная служба охраны»* [там же].

Восклицательные предложения, как в рекламе ЖК «НЬЮТОН»: *«Дворы для людей, а не “для галочки”!»* [Сайт ЖК «НЬЮТОН»]. Идиома *для галочки* апеллирует к потребности человека в комфортном отдыхе. Рекламист, воздействуя на сознание потребителя, формирует образ чуткого и внимательного к деталям застройщика, который создал идеальное пространство для отдыха, в первую очередь, с заботой о будущих жильцах ЖК «НЬЮТОН».

Интересен прием градации в ЖК «GRAND HOUSE»: *«Концентрация точек притяжения города, безупречная инфраструктура, прекрасный уровень*

сервиса и неповторимая атмосфера центра Перми определяет статус дома» [Сайт ЖК «GRAND HOUSE»]. В данном случае перечисление некоторых характеристик оканчивается словосочетанием «определяет статус дома», которое находится по отношению к вышеуказанным компонентам в постпозиции и завершает общее высказывание. Вследствие чего концовка предложения особенно акцентирует на себе внимание и имеет усиленный эффект внушения.

При анализе рекламных сайтов жилой недвижимости на предмет языковой манипуляции были выявлены особенности употребления лексических, морфологических и синтаксических единиц, а также установлены целевые психологические интенции манипулятивного воздействия (табл.).

Таблица

**Интенции манипулятивного воздействия
в рекламе недвижимости г. Перми**

Эмоциональная интенция	<i>Эпитеты:</i> «летающий силуэт», «безупречная инфраструктура», «статусная обстановка»; <i>восклицания:</i> «Дворы для людей, а не “для галочки”!»; <i>сравнение:</i> «MARIINSKY одновременно и классичен, и современен. Как пермский балет».
Интенция на социальную установку	Стремление к социальному подъему: «это окружение создавалось для привилегированных жителей»; «для тех, кто требовательно относится к своему комфорту и качеству окружающего пространства, ценит свое время и чувствует ритм города».
Интенция ценностей, стереотипов	Воздействие на структуру ценностей: 1) культурные составляющие: «Будущих жителей окружают особняки XIX века и советские памятники периода конструктивизма»; 2) забота об окружающей среде: «природные, экологичные материалы»; «энергосберегающие светильники»; «природное происхождение»; «безопасны для здоровья и окружающей среды»; «зеленые зоны».

Выводы

Как показал анализ, наиболее распространены в рекламе ЖК лексические единицы, способные вызвать эмоциональный отклик у читателя. Например, в рекламе ЖК «MARIINSKY» встречаются многочисленные эпитеты, создающие необходимый эмоциональный фон: *парящая* архитектура, *летающий* силуэт здания, *изысканная* отделка фасадов. Благодаря определениям *приватный*, *охраняемый* и *закрытая* авторы текстов делают акцент на чувстве защищенности и безопасности будущего жильца, за счет чего достигается усиленное воздействие на потребителя.

Манипуляция обращена и к социальным установкам. Так, в рекламе ЖК «GRAND HOUSE» действенной манипулятивной силой обладает выражение «это окружение создавалось для привилегированных жителей». В данном заявлении утверждается мысль, что выбор в пользу данного жилого комплекса обеспечит будущему покупателю статусность и принадлежность к определенной социальной группе. Менее частотными являются манипуляции представле-

ниями о мире, поскольку это сложный в реализации прием психологического воздействия, однако было выявлено воздействие на формирование культурно-исторических ценностей в рекламе ЖК «GRAND HOUSE».

Следует обратить внимание, что использование средств языка в рекламе недвижимости нацелено на воздействие на мотивы и ценности потребителя, порождение новых желаний и потребностей.

Список источников

Сайт ЖК «НЬЮТОН». [Электронный ресурс]. URL: <https://newton.uds18.ru> (Дата обращения: 16.05.2023).

Сайт ЖК «GRAND HOUSE». [Электронный ресурс]. URL: <https://grand-h.ru> (Дата обращения 15.05.2023).

Сайт ЖК «MARIINSKY». [Электронный ресурс]. URL: <https://дом-мариинский.рф> (Дата обращения: 15.05.2023).

Сайт ЖК «PRIME». [Электронный ресурс]. URL: <https://жкпрайм59.рф> (Дата обращения: 18.05.2023).

Список литературы

Пирогова Ю. К., Паршин П. Б. Рекламный текст: семиотика и лингвистика. М.: Международный институт рекламы, Издательский дом Гребенникова. 2000. 270 с.

Попова Е. С. Структура манипулятивного воздействия в рекламном тексте // Известия Уральского государственного университета. 2002. № 24. С. 276–288.

S. A. Kokorina

Student of Philological Faculty
Perm State University

SPEECH MANIPULATION IN COMMERCIAL ADVERTISING (ON THE MATERIAL OF COMMERCIAL WEBSITES RESIDENTIAL COMPLEXES CITY OF PERM)

This article considers the aspect of speech manipulation in the advertising of residential complexes. The ways, methods and techniques used by advertising agencies to influence consumers and influence the formation of their decisions on the purchase of real estate are studied. Special attention is focused on the use of emotional and psychological impact in advertising texts on the use of certain linguistic elements and stylistic techniques in order to create the illusion of prestige, uniqueness and the need to purchase a particular residential complex. The authors conclude that speech manipulation in real estate advertising is an integral component of the advertising strategy.

Key words: manipulation; language manipulation; advertising; manipulative techniques; influence; means of language.

УДК 659.441

Никита Романович Лифанов
студент филологического факультета
Пермский государственный
национальный исследовательский университет
lifan-022@mail.ru

РЕПУТАЦИОННЫЕ РИСКИ ВЫСШИХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЙ (НА ПРИМЕРЕ ПГНИУ)

Статья рассматривает проблему репутационных рисков и антикризисной коммуникации высшего учебного заведения на примере Пермского университета. В современном обществе репутация учебного заведения играет важнейшую роль и может оказывать существенное влияние на его привлекательность для студентов, их потенциальных работодателей и на общественное мнение в целом. Пермский университет в последние три года пережил несколько громких событий, которые актуализируют проблему репутационной устойчивости вуза. Исследование проводилось на основе публикаций текстов в социальных сетях и выявило ряд проблем в проведении антикризисной коммуникации и в оценке рисков наступления кризисных явлений.

Ключевые слова: репутационные риски, антикризисные коммуникации, высшие учебные заведения.

Введение

Возрастающая актуальность проблемы репутационных рисков в деятельности вузов обусловлена распространенностью репутационных проблем и недостаточной теоретической и практической разработкой технологии антикризисных коммуникаций в деятельности высших учебных заведений. Вузы сравнительно недавно, с середины 2000-х гг., начавшие планомерно заниматься связями с общественностью, еще не имеют достаточного опыта и отработанных технологий выявления репутационных рисков и преодоления репутационных кризисов разных типов. Пример Пермского университета показывает важность включения антикризисной коммуникации в постоянную работу отделов по связям с общественностью и, в частности, заблаговременного выявления факторов репутационного риска разного происхождения.

Репутация как один из видов нематериального актива, если следовать концепции Э. Тоффлера, имеет все большее значение в экономике [Сальникова 2016: 124]. Репутационные риски современные исследователи, например, Э. Гриффин, определяют как реальную или потенциальную угрозу деловой репутации. И «если ее не контролировать должным образом, она способна привести к губительному для репутации кризису» [Гриффин 2009: 156]. Иначе говоря, репутационные риски должны быть объектом не ситуативного, а постоянного контроля. Согласно общепринятому суждению, репутационные риски организации, вызванные различными внешними и внутренними факторами, могут вызвать снижение или потерю стоимости репутационных активов, а также фи-

нансовые потери и падение ликвидности организации [Важенина, Пестриков, Шарипов 2011: 2].

Исследования в сфере антикризисного управления в российских высших учебных заведениях ведутся с 2010-х гг., но наибольшее количество публикаций приходится на период пандемии COVID-19 [Резник, Юдина 2023: 127]. К ним относятся такие работы, как «Кризисные коммуникации в цифровой среде и репутация вуза» [Захарова, Кармалова, Кривоносов 2022], «Актуальные проблемы развития современной системы высшего образования в России» [Тавхитова 2020], «Пост-пандемический прогноз развития рынка высшего образования» [Калимуллова 2020], позволяют сделать вывод о том, что основное внимание исследователей уделяется следующим кризисным факторам:

- *экономический фактор*: в связи, например, с непредвиденными расходами на перевод образовательного процесса в дистанционный формат, а также значительной долей студентов, обучающихся на коммерческой основе;
- *политический фактор* актуализируется в случае участия руководства и других представителей вуза в политических процессах и в политической деятельности;
- *техногенные катастрофы* (аварии, повреждения зданий, инфраструктуры);
- *управленческий фактор*; в исследовании Т. А. Юдиной было выявлено, в частности, что система управления репутацией вуза обычно отсутствует, тогда как «репутация управленческого персонала учебного заведения является одним из факторов, формирующих репутацию вуза» [Юдина 2011]. Материал нашего исследования показывает, что спустя десятилетие указанная проблема сохраняется;
- фактор, примером которого является пандемия COVID-19, повлекшая повсеместное закрытие кампусов, *переход к онлайн-обучению*, ограничение международных студенческих потоков и т.п.; *противоправные действия третьих лиц*, в том числе преступление против человека.

Антикризисная стратегия университета

Пермский государственный национальный исследовательский университет является старейшим на Урале. PR-служба ПГНИУ начала свою активную деятельность в 2012 г., когда ее возглавил профессиональный специалист по связям с общественностью Д. Г. Жебелев. Однако, по словам действующего руководителя управления общественными связями ПГНИУ В. Логинова, антикризисная стратегия университета появилась только после событий 20 сентября 2021 г., то есть после стрельбы на территории кампуса, в ходе которой погибли шесть человек, пострадали – 44 человека.

Проведенное нами исследование охватывает период с 2020 по 2022 г. Предмет нашего внимания – события пандемии коронавируса, стрельбы на территории кампуса, а также последовавшее за происшествием расследование Следственного комитета России и двукратная смена руководства университета. Материал исследования – публикации в региональных и федеральных СМИ, соцсетях и мессенджерах, к которым относятся официальные сообщения университета в официальной группе в социальной сети «ВКонтакте» и мессендже-

ре «Телеграмм», новостные публикации в региональных и федеральных изданиях: «59.ru», «РБК Пермь», «Lenta.ru», «Вести.ru», «РИА Новости», российского отдела BBC.

Первый серьезный фактор репутационного риска в деятельности Пермского университета рассматриваемого периода – пандемия 2020–2022 гг., которая вызвала ряд различных проблем: техническое и технологическое обеспечение перехода на дистанционное обучение, снижение качества обучения, а также проблемы финансового характера. Как и другие образовательные учреждения, ПГНИУ получал множество негативных реакций от студентов и их родителей. В публичном поле (в публикациях СМИ, различных группах в социальных сетях) звучали претензии к качеству онлайн-обучения, публиковались материалы о желании студентов и их родителей снизить стоимость обучения из-за изменения формата проведения занятий и т.п. Пермский университет предпринимал антикризисные действия: заявлял о стремлении обеспечить безопасность студентов и сотрудников, при этом не снижая уровня качества учебного процесса. Указанный кризисный барьер был преодолен без ярко выраженных репутационных потерь. Кризис был всеобщим, и представители всех групп целевых аудиторий в своей деятельности сталкивались с аналогичными проблемами. Потому период пандемии не повлек за собой особенного репутационного ущерба для университета.

Вторым событием, которое вызвало последующие реальные (правовые, финансовые, административные) и репутационные трудности, стало умышленное преступление, совершенное студентом первого курса университета Т. Бекмансуровым на территории кампуса утром 20 сентября 2021 г.

Реакция университетских служб, в том числе отдела общественных связей, была молниеносной. Университет сразу после первых выстрелов начал информировать студентов и сотрудников о необходимости покинуть кампус либо не приезжать в университет. Для этого использовались телефонные звонки и сообщения в социальных сетях. Сразу после происшествия группа ПГНИУ в социальной сети Вконтакте начала интенсивную работу с аудиторией, рассказывая о пострадавших, о действиях сотрудников и студентов и сотрудников правоохранительных органов. Быстро в социальных сетях распространился хэштег #мыпермскийуниверситет. Через 4 дня после происшествия (24.09.2021), была введена рубрика #героипгниу, в которых приводилось интервью с сотрудниками и студентами университета, не растерявшимися в опасной ситуации и защитившими себя и окружающих. Герои этих историй рассказывали о том, как запирали кабинеты, баррикадировали двери и спасали раненых.

Активная антикризисная кампания дала, на наш взгляд, положительные результаты. Действия пресс-службы ПГНИУ впоследствии были отмечены премией «Серебряный лучник» в номинации «Антикризисные коммуникации». Пермский университет занял в 2022 г. третье место в сфере антикризисных коммуникаций и связей с общественностью. В рейтинге медиаактивности вузов, составленном Минобразованием, ПГНИУ поднялся в одной из номинаций на первую строчку. Попадание университета в рейтинги и получение премии

«Серебряный лучник» было связано с деятельностью управления общественных связей, которая вызвала резонанс после происшествия.

Однако событие, в ходе которого Пермский университет стал скорее жертвой и провел эффективную антикризисную кампанию, предсказуемо повлекло за собой масштабное расследование, вскрывшее ряд внутренних проблем в вузе.

В ходе расследования преступления Следственным комитетом Российской Федерации были обнаружены нарушения в системе безопасности университета. Управление Федерального казначейства по Пермскому краю во время проверки выявило неправомерное использование более 36 млн рублей при покупке и монтаже оборудования для видеонаблюдения, установке систем пожарной сигнализации и СОУЭ [Сарманова 16.06.2022]. По итогам проверки Следственный комитет России возбудил уголовное дело против руководства вуза. Ректор, первый проректор и председатель университетской комиссии по противодействию коррупции, а также его заместитель в антикоррупционной комиссии стали подследственными дела по части 3 статье 238 УК РФ – «Оказание услуг, не отвечающих требованиям безопасности, повлекшее по неосторожности смерть двух и более лиц». «Расследование было связано с плохой организацией охраны, работы системы оповещения и управления эвакуацией. В оказавшихся в распоряжении издания документах, посвященных анализу затрат на эту систему, говорится, что система признана неработоспособной. Также источники издания сообщили, что до стрельбы в университете ликвидировали подразделение, ответственное за охрану» [Пальникова 20.05.2022].

На этом этапе было нарушено первое правило антикризисных коммуникаций: оперативная реакция на событие (негативную новость). Комментариев от первого лица университета было крайне мало, ректор университета профессор Д.Г. Красильников вышел к журналистам 22 сентября и рассказал о том, что тревожная кнопка сработала [Якунчева 22.09.2021], однако по множественным заявлениям очевидцев в СМИ, сигнализации и сообщений об эвакуации слышно не было [Ставцева 20.09.2022]. Комментарий пресс-службы нами не найден. Публикации СМИ свидетельствуют, что общественности не хватало конкретной реакции и комментариев университета, однако в течение долгого времени сообщалось о том, что ректор находится на больничном. Мы полагаем, что ректор Пермского университета на этом этапе утратил контроль над своей репутацией, тогда как ее можно было, наоборот, создать и укрепить. В сентябре 2022 г. следствие против ректора было прекращено, с начала февраля 2023 г. профессор Д.Г. Красильников по состоянию здоровья прекратил исполнять обязанности ректора Пермского университета.

Негативную роль сыграл тот факт, что профессор Д.Г. Красильников занял должность ректора ПГНИУ незадолго до происшествия и, по нашему мнению, еще не успел наработать устойчивую репутацию в качестве руководителя вуза. Тогда как его предшественник профессор И.Ю. Макарихин имел долгое и прочное публичное имя, во многом сформированное громким празднованием 100-летия университета в 2016 г., и прочную репутацию ученого-руководителя, готового к общению с аудиторией. Добавим, что в должности ректора профессор Д. Г. Красильников, в частности, не вел личного приема, характерного для лю-

бого руководителя учреждения, что тоже не способствовало формированию образа открытого к диалогу руководителя. Таким образом, негативный эффект следственных мероприятий был усилен отсутствием конкретной реакции ректора, отрицанием или игнорированием обвинений правоохранительных органов, отсутствием его комментариев в СМИ.

Репутация первого лица учреждения занимает первое место по важности в формировании репутационного капитала организации. Именно этот человек должен вести диалог с общественностью, особенно в кризисной ситуации. Пример Пермского университета подтвердил наблюдения Т.А. Юдиной 2011 г., которая указывала на недостаточность работы российских вузов по формированию репутации управленческих кадров высшего учебного заведения [Юдина 2011: 22].

Следующими дополнительными негативными факторами оказались двукратная смена ректората и появление руководителей высшего звена извне университетской среды. Смена руководства организации – один из очевидных факторов нестабильности. По-видимому, он не был учтен PR-службой и руководством Пермского университета в качестве потенциально кризисного. Публикации СМИ о смене руководства вуза не были прокомментированы университетом [Свизева 2023]. Мы полагаем, что классическое заявление для СМИ и постоянная работа с аудиторией были бы в этом случае уместны и принесли бы пользу [Меньшиков 2013: 63].

Выводы

Таким образом, затяжной репутационный кризис вызвало не само по себе преступление на территории кампуса, которое сначала воспринималось как нападение на университет, при котором на вуз была возложена минимальная репутационная ответственность. Глубокий репутационный кризис вызвали ход и результаты последующего расследования, при котором были обнаружены проблемы в системе безопасности университета и при расходовании средств на установку системы охраны. На первом этапе кризисной ситуации, возникшей 20 сентября 2021 г., университет использовал традиционные коммуникативные антикризисные технологии (моментальная реакция, поддержка жертв, новости о героях, финансовые выплаты пострадавшим), эффективность которых была подтверждена и реакцией общественности, и профессиональным сообществом. Тогда как на втором этапе кризисной ситуации никаких коммуникативных антикризисных действий предпринято, как представляется, не было.

Экстренные меры реагирования в момент чрезвычайного происшествия очень важны, однако недостаточны, поскольку чрезвычайные происшествия проявляют и обостряют скрытые риски, прежде всего управленческие. Важную роль в предотвращении репутационных рисков играют прозрачность и открытость университета, эффективное взаимодействие с общественностью, студентами и преподавателями. Так, закрытость нового руководителя, недостаточное внимание к вопросам безопасности привели в результате к кризису доверия общественности к университету и растянули кризисный этап. Внедрение эффективных мер по снижению вероятности возникновения негативных событий и минимизации их последствий должно касаться всех типов рисков.

Список литературы

Важенина И. С., Пестриков С. А., Шарипов Т. Р. Риски деловой репутации: идентификация и оценка // Экономический анализ: теория и практика. 2011. №17 (224). С. 2–11.

Гриффин Э. Управление репутационными рисками. Стратегический подход. М.: Альпина Бизнес Букс, 2009. 237 с.

Захарова А. В., Кармалова Е. Ю., Кривонос А. Д. Кризисные коммуникации в цифровой среде и репутация вуза // Российская школа связей с общественностью. 2022. № 24 С. 59–71.

Калимуллова Э. Р. Пост-пандемический прогноз развития рынка высшего образования // Международные научные чтения (памяти Н. Г. Басова). 2020, № 72. С. 26–27.

Меньшиков А. А. Связи с общественностью в кризисных ситуациях: учебное пособие. Комсомольск-на-Амуре. 2013. 63 с.

Резник С. Д., Юдина Т. А. Репутационные риски университета в новых условиях развития российского высшего образования // Университетское управление: практика и анализ. 2023. № 2 (27). С. 127–142.

Сальникова Л. С. Коммуникационные разрывы: причины и следствия // Коммуникология. 2016. № 1. С. 124–133.

Тавхитова Е. Р. Актуальные проблемы развития современной системы высшего образования в России // Доклады Башкирского университета. 2020. № 4. С. 261–265.

Юдина Т. А. Формирование системы управления репутацией высшего учебного заведения: автореф. дисс. канд. эконом. наук. Пенза, 2011. 22 с.

Пальникова Н. Ректор Пермского университета стал фигурантом нового уголовного дела о стрельбе на территории вуза // 59.ru. 20.05.2022. [Электронный ресурс]. URL: <https://59.ru/text/criminal/2022/05/20/71345204/> (Дата обращения 18.08.2023)

Рейтинг медийной активности высших учебных заведений за сентябрь 2021. // Министерство науки и высшего образования. [Электронный ресурс]. URL: https://minobrnauki.gov.ru/M-Rate10_21.pdf (Дата обращения 23.08.2023).

Сарманова Е. Следком проверяет расходы ПГНИУ на системы безопасности // Вкурсе.ру. 16.06.2022. [Электронный ресурс]. URL: <https://v-kurse.ru/2022/06/16/293328> (Дата обращения 20.08.2023).

Свизева В. Экс-ректор ПГНИУ Дмитрий Красильников выступил с прощальным обращением после своего увольнения // 59.ru. 01.02.2023. [Электронный ресурс]. URL: <https://59.ru/text/gorod/2023/02/01/72023738> (Дата обращения 22.08.2023)

Ставцева Л. Очевидцы рассказали о стрельбе в Пермском университете // RBC.ru. 20.09.2022. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rbc.ru/society/20/09/2021/61485f869a794780eaa99840> (Дата обращения 20.08.2023).

Якунчева О. Ректор ПГНИУ рассказал о системе безопасности, тревожной кнопке и начале занятий после ЧП. // 59.ru. 22.09.2021. [Электронный ресурс]. URL: <https://59.ru/text/incidents/2021/09/22/70151399/> (Дата обращения 21.08.2023).

N. R. Lifanov

Student of Philological Faculty

Perm State University

**REPUTATIONAL RISKS OF HIGHER EDUCATIONAL INSTITUTIONS
(ON THE EXAMPLE OF PERM STATE UNIVERSITY PSU)**

In modern society, the reputation of an educational institution plays important role and can have a significant impact on its attractiveness to students, potential employers and public opinion in general. Perm University in the last three years has experienced several high-profile events that update the problem of reputational sustainability of the university.

Key words: reputational risks; anti-crisis; higher education institutions.

УДК 81.42

Анастасия Сергеевна Скороходова
студент филологического факультета
Пермский государственный
национальный исследовательский университет
skorohodovaanastasia298@gmail.com

РЕЧЕВАЯ РЕАЛИЗАЦИЯ ИМИДЖЕВОЙ СТРАТЕГИИ В РЕКЛАМЕ КОМПАНИИ «ЛУКОЙЛ»

В данной статье раскрываются такие понятия, как имидж, имиджевая реклама, выявляются особенности и цели, относящиеся к данной разновидности рекламы, рассматриваются и анализируются стратегии и тактики коммуникативного воздействия, используемые в имиджевой рекламе на региональном материале компании «Лукойл». На основе разноаспектного анализа выявлена эффективность/неэффективность воздействия рекламы на потребителя.

Ключевые слова: реклама; имидж; особенности имиджевой рекламы; поликодовый текст.

Введение

Реклама, пребывающая и функционирующая в своем особом медиа пространстве, является одной из самых динамичных и прогрессивных сфер мировой экономики на данный момент времени. Претерпевая постоянные модификации и совершенствования, она незаметно проникает во все сферы человеческой жизни, оказывая влияние не только на потребности, желания и интересы людей, но и на их мировоззрение, ценности, а также образ жизни.

Индустрия коммерческой имиджевой рекламы – это новый социально-экономический, социально-культурный и научный феномен, вызывающий большой интерес у многих специалистов из разных областей исследования. Ключевую роль в коммерческой рекламе играет имидж, который создает общее впечатление о конкретном бренде, товаре или услуге. Рекламный образ (имидж), как правило, тесно переплетается с какой-либо потребностью конкретной целевой аудитории. Эта потребность выражается в фирменном стиле компании с помощью цвета, дизайна, шрифта и проявляется в виде особой, характерной только для этой компании, рекламной верстке – индивидуального фирменного логотипа компании, слогана и символики. Согласно определению А. П. Дуровича, *имидж* – это «образ фирмы в представлении целевых аудиторий» [Дурович 2006: 19]. Обычно он формируется под каждый сегмент целевой аудитории отдельно, так как желаемый образ, который хочет видеть потребитель, может отличаться в зависимости от группы, к которой он принадлежит.

Имиджевая реклама относится к нетоварному виду рекламы, поскольку она продвигает бренд, персону или компанию. Главная ее особенность, в сравнении с товарной рекламой, заключается не в том, чтобы продавать продукт «в лоб», а в том, чтобы продемонстрировать авторитет, экспертность и статус органи-

зации, вызывая тем самым положительный эмоциональный отклик у широкой целевой аудитории.

Вопрос о том, чем все-таки по своей сущности является текст имиджевой рекламы, и какова его структура, до сих пор остается открытым, потому как рассматриваемый нами текст зачастую состоит из гармоничного соединения вербальных и невербальных кодов, что способствует разнообразным формам отображения важной для потребителя информации. К примеру, А. В. Анненкова трактует понятие *имиджевая реклама*, как «особый тип поликодового текста, состоящий из вербальной и невербальной частей» [Анненкова 2018: 22]. Приведенное определение, на наш взгляд, является наиболее полным, поскольку отражает суть и раскрывает специфику данной разновидности рекламы, свидетельствуя о том, что текст имиджевой рекламы образуется путем слияния двух разных семиотических систем, что позволяет ей более качественно и результативно воздействовать на потенциального потребителя.

Целью статьи является лингвостилистическое описание основных номинативных единиц имиджа в текстах рекламы компании «Лукойл. Пермь». Научная новизна исследования определяется тем, что впервые представлено комплексное описание коммерческого имиджевого рекламного текста как особого речевого жанра; на основе разноаспектного анализа выявлены речевые тактики эффективности/неэффективности воздействия рекламы на потребителя.

С внедрением информационных технологий в нашу жизнь, маркетологи нынешнего поколения стали применять новый, более эффективный и системный подход под названием *performance-маркетинг*, пришедший в Россию около пяти лет назад. *Performance based marketing* – это концепция, основная цель которой состоит в достижении конкретных бизнес-результатов за короткое время при помощи рационального использования маркетинговых ресурсов. [Меркулович 2023: 11]. Рекламная компания, созданная специалистами согласно данной теории, действует на целевую аудиторию косвенно, повышая доходы бизнеса и узнаваемость организации на рынке. Следует подчеркнуть, что вышеприведенный подход обусловлен запуском комплексной стратегии, привлекающей клиентов не только в интернете, но и в реальном мире. Отсюда вытекает вывод о том, что крупные корпорации, в том числе и «Лукойл», используют для своего продвижения все имеющиеся каналы распространения рекламы (как в оффлайн, так и в онлайн формате), поскольку это более результативно и менее затратно.

Речевые особенности в рекламе компании «Лукойл»

Крупнейшая российская нефтяная компания «Лукойл» за время своего существования на международном рынке уже сформировала и укрепила собственный имидж, получив расположение и лояльное отношение со стороны партнеров и потребителей, так как на сегодняшний день миллионы людей в разных странах мира ежедневно выбирают товары «Лукойл» и повышают качество своей жизни. Опираясь на вышеописанные сведения, можно сделать умозаключение о том, что рекламная кампания этого бренда является косвенной, профессиональной, не кричащей, работающей на поддержание имиджевого компонента организации.

Имиджевая реклама компании «Лукойл» носит разветвленный характер и эксплицируется в разных сферах жизнедеятельности человека: экологической, социальной, культурной, образовательной и молодежной. Она нацелена на большое количество людей, потому как транслирует важные и основополагающие жизненные ценности, которые для многих являются ориентиром.

В рекламе компании «Лукойл» имиджевый компонент реализуется посредством использования определенных стратегий коммуникативного воздействия, которые в совокупности способствуют более качественному и детальному давлению на потенциального потребителя. *Стратегия коммуникативного воздействия* в рекламе трактуется В. В. Тулуповым, как «выбор, структурирование и подача в сообщении (как в его вербальной, так и невербальной части) информации о рекламируемом объекте» [Тулупов 2022: 241]. Согласно точке зрения О. А. Агарковой, коммуникативные стратегии образуют «комплекс речевых действий, направленных на достижение коммуникативных целей» [Агаркова 2012: 95], что свидетельствует об их четкой направленности. Общие коммуникативные стратегии в соответствии с функциональной точки зрения, делятся на 1) *основные* (семантические) и 2) *вспомогательные* (прагматические, диалоговые, риторические). Построение *имиджа*, согласно классификации, рассмотренной выше, относится к типу и семантическим и прагматическим стратегий, поскольку задачи самопрезентации тесно переплетаются с направленностью говорящего и с коммуникативной ситуацией в целом. Создание имиджа напрямую зависит от специально подобранных рекламодателем тактик, подразумевающих «одно или несколько действий, которые способствуют реализации стратегии» [Иссерс 2000: 110]. На основе вышеизложенного, можно прийти к следующему выводу: коммуникативная стратегия – это своего рода идея, заложенная в рекламное сообщение. Она реализуется с помощью особых стратегических ходов – тактик, проявляющихся вербально, посредством использования целого спектра речевых приемов, ведущих к донесению главной мысли до адресата, и невербально, посредством трансляции ярких стереотипных образов, способствующих усилению восприятия рекламы индивидом.

Рассмотрим конкретные стратегии и тактики речевого воздействия на примере имиджевой рекламы компании «Лукойл». Корпорация «Лукойл» представляет собой объединение людей, позиционирующих себя не только как единая нефтяная компания по добыче и переработке нефти, но и как коллектив, правильно взаимодействующий с природой, думающий о будущем, сохраняющий традиции и развивающий образовательные проекты. В этом и проявляется основная стратегия построения имиджа этой организации, так как она связана с воздействием на модель мира и систему ценностей адресата.

Данная стратегия реализуется в имиджевой рекламной кампании «Лукойл». Согласно концепции, выдвинутой в работе О. С. Иссерс [Иссерс 2000: 122], при помощи *контактоустанавливающей тактики* (установление связи с потребителем), *тактики контроля над темой* («наведение» желательной темы, в данном случае разнонаправленной деятельности компании) и *эмоционально-настраивающей тактики* (отвлечение внимания потребителя от ключевой цели

– разрекламировать бренд). Что осуществляется посредством использования в рекламном ролике адресантом следующих особенностей:

1) Оборот речи с повторяющимся союзом *не только..., но и...*): *«Мы не только добываем, но и восстанавливаем. Мы не только берём у природы, но и возвращаем ей. Не только исследуем недра земли, но и бережём тех, кто на ней обитает. Сохраняем вековые традиции, а не только создаём новое. Заботимся не только о настоящем, но и о будущем. Не только ценим прогресс, но и чтим бессмертные подвиги ветеранов. Развиваем не только производство, но и образовательные проекты. 30 лет не только нефтяная компания “Лукойл”»* [Реклама Лукойл 2021] – вербальная составляющая;

2) Трансляции стереотипных образов счастливых, успешных, прогрессивных людей, занимающихся любимым делом, действуя на благо не только себе, но и всему окружающему миру – *невербальная составляющая*.

Вспомогательные стратегии способствуют эффективной организации диалогового взаимодействия и благоприятному воздействию на адресата. В связи с этим в определенных рекламных сообщениях можно обнаружить стратегию самопрезентации, а также статусные и эмоционально-настраивающие стратегии речевого воздействия на определенный сегмент аудитории. Например, *стратегия самопрезентации* находит свое отражение в интернет рекламе «Лукойл» [Сайт компании «Лукойл» б], благодаря применению *тактики самопрезентации* (демонстрация преимуществ компании), отражающейся в слогане *«Всегда в движении!»* (вербальная составляющая), с помощью которого компания «Лукойл» презентует себя как успешная, непрерывно развивающаяся, инновационная, масштабная компания, движущаяся только вперед. Реализация этой стратегии формирует доверие потенциальных клиентов (будущих сотрудников, водителей), партнеров (инвесторов) и повышает их заинтересованность в рекламируемом бренде.

Статусная стратегия проявляется в имиджевой рекламе компании, размещенной на сайте [Сайт компании «Лукойл» а] при помощи выражений, создающих положительную репутацию организации: *«Мощные импульсы», «Доверительные сообщения», «Устойчивое развитие», «Надёжные поставки»*. Тактикой, способствующей реализации данной стратегии, также является *тактика самопрезентации*, подразумевающая использование красочных эпитетов, что делает речь рекламного сообщения более выразительной и образной (*вербальная составляющая*).

Эмоционально-настраивающую стратегию можно увидеть в имиджевой рекламе компании «Лукойл», посвящённой продвижению нового топлива «ЭктоPLUS» и транслирующейся в видео-формате [Реклама Лукойл 2022]. Осуществляется приведённая стратегия с помощью *эмоционально-настраивающей тактики* («настройка» потребителя на появление определенных эмоций), путем включения в рекламное сообщение особой стилистической фигуры – анафоры, которая используется рекламодателями для того, чтобы удержать внимание зрителя, вызвав в нем чувства уверенности, надежности и спокойствия: *«Есть люди, которые всегда хотят больше – не просто жизнь, а жизнь с плюсом. Плюс больше километров. Плюс больше уверенности. Плюс больше мощно-*

сти. Обновлённое топливо «ЭктоPLUS» от Лукойл. **Больше плюсов, больше эффективности»** [Реклама Лукойл 2022] (вербальная составляющая).

Помимо речевого влияния, для большей эффективности работы рекламных объявлений, проанализированных выше, маркетологами используются различные образы (процветающая компания, улыбающиеся люди, дорогие автомобили), которые цепляют потребителя (визуальная составляющая).

Выводы

Можно прийти к умозаключению, что реклама компании «Лукойл» несет семантику роскоши, надежности, комфорта. Она нацелена на работу в долгосрочной перспективе, чтобы однажды потребитель, приобретя конкретный товар, продолжал покупать его на постоянной основе. В этом и заключается отличие рекламной компании, поддерживающей имидж от товарной рекламы, которая скорее работает «здесь и сейчас», что подразумевает под собой моментальное предложение и влечет единоразовую покупку. Именно поэтому в рекламных объявлениях корпорации можно наблюдать применение целого спектра разнообразных стратегий (основной, статусной, самопрезентующей, эмоционально-настраивающей), реализующихся с помощью коммуникативных тактик речевого воздействия, которые, без сомнения, оказывают эмоциональное (мощность, скорость, процветание, доверие) и рациональное (работа, развитие, качество, необходимая продукция) влияние на индивида, посредством изменения устоявшегося ранее видения мира в его сознании. На основе изученного материала удалось разработать модель воздействия имиджевой рекламы на индивида (Рис. 1).

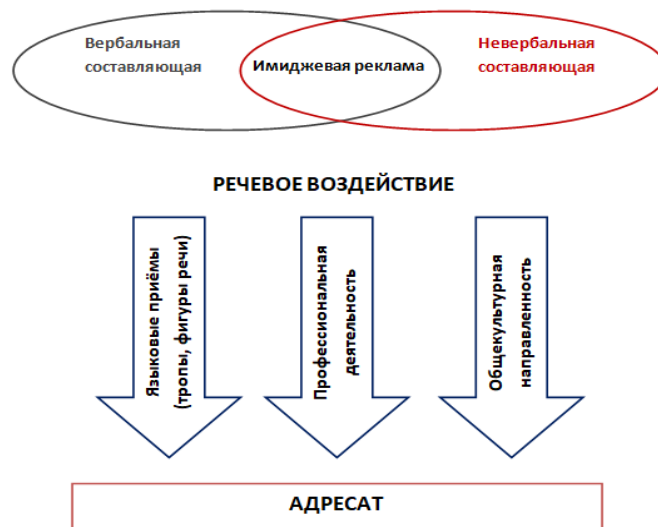


Рисунок 1. Модель воздействия имиджевой рекламы на индивида

Как мы видим из Рисунка 1, имидж компании «Лукойл» складывается из следующих взаимозависимых компонентов: вербальной составляющей, выражающейся посредством языкового кода, и невербальной составляющей, проявляющейся в иной семиотической системе (изображениях, музыке и др.). Это дает предприятию возможность оказывать комплексное, а значит, более действенное и качественное

воздействие на адресата (широкую целевую аудиторию) при помощи различных языковых приемов, включенных в каждое рекламное сообщение, демонстрации профессиональной деятельности организации и общекультурной направленности большей части рекламных интеграций.

Список литературы

Агаркова О. А. Коммуникативные стратегии и тактики комплиментарных высказываний // Филологические науки в России и за рубежом: материалы междунар. науч. конф. СПб.: Реноме, 2012. С. 95–97.

Анненкова А. В. Специфика функционирования образов имиджевой рекламы в индивидуальном лексиконе: дис. ... канд. фил. наук. Курск, 2017. 229 с.

Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи: изд. 5-е. М.: Издательство ЛКИ, 2008. 288 с.

Сайт компании «Лукойл» [Электронный ресурс]. URL: <https://lukoil.ru> (Дата обращения: 20.07.2023)

Сайт компании «Лукойл». «История бренда». [Электронный ресурс]. URL: <https://lukoil.ru/Company/history/brandhistory> (Дата обращения: 20.07.2023).

Дурович А. П. Реклама в туризме: учеб. пособие. М.: Новое знание, 2016. 222 с.

Меркулович Т. В., Загребальный Г. В., Боровик М. Ю. Performance-маркетинг: заставьте интернет работать на вас М.: Издательство Альпина, 2023. 272 с.

Реклама Лукойл «ЭКТО Plus | Больше плюсов» 2022. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=iIlqBtJ0A0s> (Дата обращения: 20.07.2023)

Реклама Лукойл. «Не только нефтяная компания» 2021. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=nRswwsvQ7QIg> (Дата обращения: 20.07.2023)

Теория и практика рекламы и связей с общественностью: учебное пособие / под ред. В. В. Тулупова. Воронеж: Издательский дом ВГУ, 2022. 374 с.

A. S. Skorokhodova

Student of Philological Faculty
Perm State University

VERBAL IMPLEMENTATION OF THE IMAGE STRATEGY IN THE COMPANY LUKOIL'S ADVERTISING

This article reveals such concepts as image, image advertising, identifies the features and objectives related to this type of advertising, discusses and analyzes strategies and tactics of communicative influence used in image advertising on the material of the company "LUKOIL". Also, on the basis of a multi-aspect analysis, the effectiveness of the impact of advertising on the consumer is revealed in the article.

Key words: advertising; image; features of image advertising; polycode text.

УДК 81'42

Елена Ивановна Яникиева
студент филологического факультета
Пермский государственный
национальный исследовательский университет
lenyanikieva@gmail.com

РЕЧЕВОЙ ОБРАЗ ПРЕПОДАВАТЕЛЯ В ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМЕ ОНЛАЙН-КУРСОВ ПО ПОДГОТОВКЕ К ЕГЭ: ДИНАМИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

В статье рассматриваются реклама в социальных сетях. Приводятся и анализируются особенности построения рекламных текстов преподавателей онлайн-курсов по подготовке к ЕГЭ, фиксируются типичные композиционно-смысловые части этих текстов. Дается классификация и интерпретация образов преподавателей. Высказывается предположение о дальнейших изменениях и преобразованиях рекламы в социальных сетях.

Ключевые слова: речевой образ; преподаватель; подготовка к ЕГЭ; социальные сети.

Введение

По данным Medyascope¹ за 2020 г. более 70% россиян (почти 95 млн человек) являлись пользователями интернета. Благодаря росту популярности интернет-коммуникации активно начали развиваться способы продвижения рекламы в социальных сетях. Преподаватели онлайн-курсов по подготовке к ЕГЭ нашли способ не просто проводить занятия в сети, но и рекламировать свои курсы в блоге, используя текстовые символы и фотографии. Это не явилось чем-то новым, но быстро стало популярным и массовым.

Анализ текстов интернет-рекламы уже проводился и ранее [Бердышев 2008], [Бернадская 2009: 155]: были выделены общие принципы построения текстов, классифицированы и описаны приемы и средства выразительности, используемые в рекламе. Однако эти исследования охватывают уже устаревший формат рекламы: сайты компаний, почтовые рассылки, реклама на телевидении, в газетах и на радио. Сейчас становится популярнее и доступнее реклама в социальных сетях. Интерес к таким текстам только начинает развиваться. Например, в статье Ю. Н. Ильиной и О. А. Наумовой в общем плане рассматриваются обучающие аккаунты в Instagram (Instagram принадлежит компании Meta, признанной экстремистской организацией и запрещенной в РФ) (см. подробнее [Ильина, Наумова 2021: 81–89]). Мы же хотим проанализировать не только оформление и наполнение аккаунта, но и выявить речевой образ конкретного человека, который автор создает в своем блоге.

Один из распространенных типов рекламы онлайн-курсов по подготовке к ЕГЭ – пост-знакомство с преподавателем. На примере социальной сети Instagram² (по данным Medyascope¹ она входит в топ-10 проектов в России в 2020 г.) мы предлагаем рассмотреть языковые способы самопрезентации преподавателя, предлагающего себя в качестве «беспроигрышного» репетитора,

который поможет сдать экзамен на 100 баллов. На основе полученных данных попытаемся представить речевой образ преподавателя в интернет-рекламе.

Особенности речевого образа преподавателя в интернет-рекламе

Для анализа были выбраны пять аккаунтов репетиторов ЕГЭ по следующим предметам: русский язык, обществознание, химия, физика, английский язык, литература. Все посты были написаны в 2020–2021 гг. Поскольку контингент сдающих ЕГЭ каждый год полностью меняется, преподавателям из года в год приходится заново рассказывать о себе, чтобы привлечь новую целевую аудиторию, и тогда авторы репетиторских блогов, создавая рассказы о своей успешной деятельности, вынуждены придумывать все новые и новые способы самопрезентации.

Объем таких текстов никогда не бывает большим. Дело в том, что в Instagram² есть ограничение для текстовых сообщений – не более 2200 символов. В наших примерах максимальное количество символов – 1715, минимальное – 845. Состоят посты из фотографий и текстов к ним. Отбирались те посты, в которых в названии были слова «Пост-знакомство», «Знакомство», и те, где преподаватель лично рассказывал о себе и своей деятельности. Также нельзя не взять во внимание фотографии, которые были выбраны авторами к текстам.

Обычно рекламные посты репетиторов выкладываются в общий доступ; в таких постах можно увидеть слова автора: «обо мне», «тут вы немного познакомитесь со мной». На фотографиях размещаются портреты преподавателей в светлых тонах с доброжелательными взглядами, улыбками.

Изучая языковые особенности репетиторских текстов, можно констатировать их простой и понятный язык. Нами было замечено, что при написании постов преподаватели четко делят текст на абзацы, тем самым структурируя свои мысли и не создавая нагромождений из обилия предложений. Членение текста также производит использование смайлов и хэштегов. Интересно, что по цели высказывания предложения в текстах постов в основном – повествовательные, причем преимущественно простые по структуре; сложных конструкций мало, а значит, их содержание легко воспринимается потенциальными клиентами.

Несмотря на использование в основном литературных слов в репетиторских текстах, для них характерен разговорный стиль, что проявляется в использовании таких единиц, как «ну», «здесь»; заимствований «ЛЭТССС ГОООУ», «голден»; эмоционально окрашенных слов типа *скукота*, *бумажка*, *страничка*; а также жаргонной лексики – «училка», «общество» (вместо *обществознание*), «универ» и др.³

В процессе анализа содержания рекламных постов нами были выявлены следующие характерные смысловые блоки, репрезентирующие образ преподавателя:


1) *Наличие образования* – во всех текстах репетиторов неизменно присутствует сообщение об их высокой (хорошей, достаточной) профессиональной компетентности. Чаще всего формирование образа высокой компетентности осуществляется через сообщения об образовании («поступила в МФТИ», «закончила МГУ», «училась в НГПУ», «окончила университет» и т.п.), о самом эк-

замене («сдав ЕГЭ по математике на 100», «а по физике на 98», «сама дважды сдала ЕГЭ по обществу на 100 баллов») и причастности к нему («меня включили в состав экспертной комиссии по проверке ЕГЭ»).

В целях самопрезентации преподаватели активно используют прием «романтизации будущего». См.: «После универа были и путешествия», «и языковая практика в США и Канаде».

2) *Разочарование в системе образования и пробы себя в репетиторстве.* Первые свои занятия в роли репетитора каждый автор упоминает, отражая их успешность и результативность: «родители сами стали просить позаниматься с их детьми»; «Я до сих пор помню своего первого ученика... поступил, куда хотел».

3) *Высокие результаты учеников при сдаче ЕГЭ* – именно это обещают в интернет-рекламе преподаватели своим потенциальным ученикам.

Проанализировав материал, мы выявили низкий уровень точного указания баллов ЕГЭ преподавателями; вместо этого присутствуют обобщения типа «не могу сказать, сколько у меня было учеников с результатами 90+» (16 подобных случаев); «много» (17 случаев); «Правда, стобалльница была одна»; «подготовила к экзаменам 100+ учеников со средним баллом 80+»; «Андрей поступил в МАДИ, куда так хотел»; «Потому что могу похвастаться блестящими результатами моих выпускников» и др.

4) *Методика преподавания.* Все преподаватели ассоциировали себя с определенной ролью: друга, мамы, реформатора всей системы образования, проводника, который поможет добиться целей.

В ходе работы над последней особенностью речевого портрета нами были выделены три типа преподавателей:

1. Преподаватель-конкретик;
2. Преподаватель-реформатор;
3. Преподаватель-проводник (друг, помощник, мама).

Преподаватели-конкретики позиционируют себя как людей, которые доступно объясняют материал, не дают лишней информации: «Ничего лишнего. Только то, что нужно для экзамена. Я не пытаюсь объять необъятное»; «Во время совместных подготовок к экзаменам одноклассники всегда отмечали мой талант объяснять кратко и понятно даже самый сложный и запутанный материал».

Преподаватели-реформаторы указывают на проблемы системы образования, методов преподавания дисциплин в школах: «Не пробуждает желания учиться и не помогает ученику лучше понять себя». Однако было выявлено, что в таких текстах присутствует указание не только на проблемы, но и на их решение, ср.: «Если мне не нравится та школа, которая есть сейчас – значит, я придумаю свою»; «Я хочу изменить твоё представление об этой великой науке». Авторы самопрезентаций не предлагают решения таких проблем внутри системы. Их курсы являются только средством достижения высоких баллов на экзамене, что отвечает собственным интересам учащихся.

Преподаватели-проводники берут на себя более серьёзную роль – обещают помочь своим ученикам достичь поставленных целей и задач: «Помочь

поставить цель и провести к ней без боли и страха, с поддержкой для тех, кто готов идти».

Интересно, что одна из самопрезентаций была представлена в виде рассказа, где автор представлял себя через разные роли – Тани-школьницы, Тани-выпускницы, Тани-абитуриента, Татьяны-преподавателя. С помощью такого рассказа автор (репетитор по английскому языку Татьяна Ивановна Ришко) постарался внутренне приблизиться к своим ученикам, как бы показывая им, что, если они тоже будут усердно заниматься, они обязательно станут успешными людьми.

Выводы

В заключение следует сказать о динамических процессах в этой сфере деятельности. В частности, в последнее время с интернет-каналов стали исчезать распространенные тексты-посты, тексты-рассказы, а вместо них для самопрезентации/рекламы преподавателей своих онлайн-курсов по подготовке к ЕГЭ используется другой формат, более простой, можно сказать, схематичный – *фото + минимум нужной информации*. Так, например на канале преподавателя по литературе Фариши Князевой⁴ выкладываются stories (сториз/истории) – предельно краткое сообщение на тему репетиторства, где в фокусе оказывается картинка/фотография, сопровождаемая текстом от 5 до 15 слов. Такие тексты доступны пользователям канала в течение 24 часов. Такой формат стал преобладать в том числе и на каналах преподавателей, проанализированных нами. Это означает, что речевой образ преподавателя в интернет-рекламе онлайн-курсов по подготовке к ЕГЭ динамичен, он может меняться как содержательно, так и формально (социальная сеть сама будет менять особенности публикуемых рекламных текстов).

Примечания

1. Medyascope – технологичная исследовательская компания, лидер российского рынка медиаисследований, мониторинга рекламы и СМИ.

2. Instagram принадлежит компании Meta, признанной экстремистской организацией и запрещенной в РФ

3. Все примеры слов, указанные курсивом в статье, взяты из аккаунтов преподавателей в Instagram (Instagram принадлежит компании Meta, признанной экстремистской организацией и запрещенной в РФ).

4. Фариша Князева – название аккаунта в сети farisha.literature, преподаватель литературы в онлайн-школе «УМСКУЛ».

Список литературы

Бердышев С. Н. Рекламный текст. Методика составления и оформления. М.: Дашков и Ко, 2008. 252 с

Бернадская Ю. С. Текст в рекламе. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009. 288 с.

Ильина Ю. Н., Наумова О. А. Instagram-аккаунты, обучающие русскому языку как иностранному: обзор и характеристика // Вестник Сыктывкарского университета. Серия гуманитарных наук. 2021. №4 (20). С.81–89.

E. I. Yanikieva

Student of Philological Faculty

Perm State University

**THE SPEECH IMAGE OF THE TEACHER IN THE ONLINE ADVERTISING OF ONLINE COURSES
ON PREPARATION FOR THE UNIFIED STATE EXAM: DYNAMIC ASPECT**

The article discusses the recently popular advertising – advertising on social networks. The features of the construction of advertising texts of teachers of online courses on preparation for the Unified State Exam are given and analyzed, typical compositional and semantic parts of these texts are fixed. Classification and interpretation of images of teachers is given. The assumption is made about further changes and transformations of advertising in social networks.

Key words: speech image; teacher; preparation for the Unified State Exam; social networks.

КЛЮЧЕВЫЕ ЦЕННОСТИ КИТАЙСКОЙ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ

Социальная реклама отображает различные ценности общества, его социальную структуру и культуру. В статье анализируются тексты телевизионной рекламы. В исследовании предлагается обзор тех национальных ценностных смыслов, которые наиболее часто транслируются в текстах социальной рекламы, функционирующих в китайском медийном пространстве.

Ключевые слова: ценности; китайская культура; рекламный текст; социальная реклама.

Введение

По мнению Г. Г. Николайшвили, социальная реклама является видом коммуникации, ориентированной на привлечение внимания к жизненно важным проблемам общества и его нравственным ценностям [Николайшвили 2008: 8]. Предназначение социальной рекламы – гуманизация общества и формирование нравственных ценностей. Поэтому социальная реклама отображает различные ценности того или иного общества, его социальную структуру и культуру, так что может выступать в качестве средства изучения структуры социальной реальности в рамках определенной культуры. Для того чтобы разобратся в тех ключевых ценностях, которые отражаются в социальной рекламе Китая, рассмотрим основные традиционные ценности китайского общества.

Основные ценности Китая

Сравнивая западную культуру и особенно современные западные ценности с китайской культурой, профессор Чэнь Лай из Университета Цинхуа выделяет четыре наиболее яркие особенности, присущие именно китайскому мировосприятию: 1) *ответственность предшествует личной свободе*; 2) *долг предшествует личной свободе*; 3) *общественное выше личного*; 4) *гармония – высший уровень бытия человека* (см. подробнее [Чэнь Лай 2015]). Опираясь на исследование Чэнь Лайя, рассмотрим китайскую социальную рекламу в связи с четырьмя особенностями китайского мировосприятия.

Ответственность предшествует личной свободе

В Китае ответственность отдельных людей перед другими с давних времен рассматривалась как одно из наиболее важных нравственных качеств китайца. Более того всегда подчеркивалось, что каждый китаец ответствен не только перед близкими людьми, но и перед всем обществом, перед всем миром и даже перед природой. Такой взгляд на человека проистекает из конфуцианства. Конфуцианская теория добродетели как относительно развитая и законченная система бы-

ла сформирована почти 2600 лет назад. Конфуцианская этика изначально подчеркивала не только моральные требования и нравственные нормы двух сторон в этических отношениях, но и добродетели в общем смысле. Эти два аспекта не противоположны, а дополняют друг друга. Среди них основные ориентиры – это *лояльность, преданность, благожелательность, уважение к другим*; эти добродетели подчеркивают, что человек должен брать на себя ответственность перед другими и обществом. С точки зрения конфуцианства, для отдельных людей является добродетелью поддерживать постоянные отношения с другими людьми и группами, и они должны активно выполнять свои обязанности друг перед другом.

Иными словами, китайские ценности придают большое значение ответственности. Древние китайские мудрости подчеркивали чувство ответственности и подчеркивали ответственность индивида перед миром и страной, вместо того чтобы подчеркивать личную свободу.

Долг предшествует личной свободе

Китайские ценности, особенно конфуцианские, основаны на приоритете долга. Известный китайский философ Лян Шумин, считает, что китайская этика – это этика долга. При этом чувство долга, по мнению ученого, является открытым и легко распространяется на семью, клан, общину, округ, страну, мир и даже вселенную. Добродетель долга как основная ориентация не делает акцент на поощрении личных прав, но поощряет усилия по принятию обязательств перед другими и выполнению своих собственных прав. В массовом сознании такая ориентация на долг реализуется как ответственность каждого человека в его отношениях с другими людьми.

Общественное выше личного

С точки зрения китайской культуры, отдельные люди должны выживать и жить в группах, и их нравственное воспитание должно усиливаться в общественной жизни. Самой основной ячейкой сообщества, помимо отдельного человека, является семья, которая расширилась до семейных, общинных и административных категорий на всех уровнях, таких как поселки, округа, провинции и даже страна. Китайские ценности придают особое значение семейным ценностям, а семья – это первый уровень сообщества, в рамках которого индивид становится общественной единицей, феноменом общества. Древние мыслители Китая использовали такие понятия, как *семья, страна, поднебесная*, чтобы конкретно выразить смысл и ценность сообщества; многие упоминания, такие как (保家) '*защищать семью*' и (卫国) '*защищать страну*', четко отражают важность общественного спокойствия, гармонии и процветания, подчеркивают обязательства индивида перед сообществом и обществом, а также подчеркивают приоритет и важность сообщества и общества для индивида. Короче говоря, китайская культура и китайские ценности представлены в непрерывной концентрической круговой структуре, открытой сообществу, то есть *индивид–семья–страна–мир–природа*, которая продолжает расширяться изнутри наружу, таким образом, включая множество ориентаций, подтверждая ответственность отдельных людей перед сообществами на разных уровнях.

Гармония – высший уровень бытия человека

Китайская культура и китайские ценности подчеркивают социальную гармонию, ценят гармонию и стремятся к гармонии по-разному. Гармония и единство человека и вселенной стали ценностным идеалом китайской культуры после династии Хань (около 2200 лет назад). *Единство вселенной и человека* означает сосредоточение внимания на гармоничном единстве человека и природы, на согласованности человечества (*закон человеческого общества*) и Небес (*универсальный закон вселенной*), а не на отстаивании разделения мира и человека. Такого рода стремление к гармонии между человеком и природой имеет большое практическое значение для корректировки концепции неограниченного покорения природы, независимо от состояния окружающей среды и экологического баланса, и содействия всестороннему и скоординированному устойчивому развитию экономики и общества.

Итак, основные ценностные смыслы китайской картины мира – это результат долгой истории развития китайского общества и Китая как самобытной страны, как отдельной духовной цивилизации. Самобытность китайского самосознания и отношения к миру не может не выражаться в различных социальных событиях и текстах. В этом смысле представляется интересным рассмотреть тексты социальной рекламы, распространенной сегодня в Китае.

Отражение ценностей в социальной рекламе Китая

Социальная реклама в Китае появилась относительно поздно, и ее история насчитывает не более 40 лет с начала «Реформы и открытия» – новой стратегии развития Китая, которое началось реализовываться в 1978 г. и продолжается по настоящее время.

Статистика показывает, что за более чем 30 лет, с 1980-х гг. по настоящее время, социальная реклама Китая имеет следующие характеристики в распределении тем: наибольшая доля социальной рекламы посвящена общественной морали, составляет $\approx 25,1\%$; за ней следует социальная реклама, посвященная охране окружающей среды и социальному обеспечению, которые составляют $\approx 19,89\%$ и $\approx 18,52\%$ соответственно; более 36% рекламных текстов посвящены в современном Китае разным другим менее значимым социальным темам (здоровье, спорт, учеба, традиционные праздники, путешествия, политика, наука и т.п.) [Юй Тинтин, Ван Сюэцин 2018: 194].

Известно, что в развитых странах, где рекламная деятельность имеет долгие традиции, социальная реклама также посвящена прежде всего трем указанным темам («общественная мораль», «охрана окружающей среды», «социальное обеспечение»), что указывает на общечеловеческую важность затрагиваемых рекламой проблем. Можно сказать, что темы китайской социальной рекламы универсальны и соответствуют основным тенденциям развития мира.

Социальная реклама привлекает все больше внимания общества. Не случайно в октябре 2008 г. Китайский фестиваль рекламы был переименован в Китайский международный фестиваль рекламы. На этом фестивале вручается премия Хуанхэ – награда, специально учрежденная для текстов социальной рекламы и присуждаемая авторам работ с наиболее ярким и сильным социальным воздействием.

Нами было проанализировано 17 рекламных текстов в формате видеороликов, посвященных социальной тематике: 4 на тему семьи; 3 на тему честности и справедливости; 3 на тему защиты окружающей среды; 3 на тему патриотической преданности; 2 на тему культурного наследия; 1 на тему уважения учителей и воспитание; 1 на тему улучшения жизни людей.

Рассмотрим более подробно три из проанализированных нами текстов (видеоролика) и дадим их лингвистический анализ.

«**Принеси любовь домой**» – (让爱回家 – буквальный перевод ‘пусть любовь вернется домой’) (Рис. 1).



Рисунок 1. Реклама о заботе о родителях

Текст, прилагающийся к изображению: *«Лучше сделать 1 телефонный звонок, чем отправить 100 текстовых сообщений. Лучше поехать домой, чем сделать 100 звонков. Лучше остаться дома на несколько дней, чем 100 раз съездить домой»* [Принеси любовь домой 2022].

Эта реклама отражает то, что современный, быстро меняющийся образ жизни позволяет семьям слишком сильно полагаться на технологии в процессе передачи эмоций друг другу. Подчеркивая праздничную атмосферу, этот ролик напоминает людям о «реальной» (не технологичной) любви к родственникам и родителям. На самом деле, близкие достойны более теплого общения, реального взаимодействия и личного присутствия человека дома.

В рекламе используется паратаксис, что, на наш взгляд, безусловно углубляет впечатление у аудитории. Сопоставление чисел 100 и 1 с явным выбором последнего числа позволяет аудитории оценить важность и преимущество реальной любви к своим близким и семье. Подобные приемы сравнения цифрами встречаются как в русском, так и в китайском языке, например, *百闻不如一见* / *Лучше один раз своими глазами увидеть, чем сто раз услышать* [Принеси любовь домой 2022].

«**Здравствуйте!**» (你好吗?)

Текст, прилагающийся к изображению: текст начинается с двух предложений на китайском языке: *«Все живет в гармонии. Если у тебя все хорошо, то и у меня все хорошо»* [Здравствуйте! 2022]. Далее дается слово *Здравствуй-*

те (你好), которое воспроизводится на 13 языках – испанском, английском, арабском, японском и др. (Рис. 2).



Рисунок 2. Реклама «Здравствуй!»

В этом ролике на фоне звучащего на разных языках слова *здравствуйте* показываются разные животные, растения, природа, и звучит приятная для слуха музыка, что в целом выражает, на наш взгляд, следующий смысл: ‘Берегите природу. В ней гармония жизни’. В рекламе даются названия и уровни защиты существ, а также популяризируется среди общественности важность защиты видов, находящихся под угрозой исчезновения. Иначе говоря, реклама носит интернациональный характер. Не случайно послы разных стран, работающие в Китае, оценивая эту рекламу, выступили с теплыми речами, выразив китайскому народу благодарность за такую нужную рекламу.

В молодости надо «гореть» (青春当燃) (Рис.3).

Текст, прилагающийся к изображению: *«Молодость не так страшна. Молодость нам ничего не обещает, хотя в молодости мы много отдаем. Она приносит нам надежду, но и дезориентирует нас. Когда мы выражаем свое мнение, она нам говорит, что мы еще молоды. Не торопитесь, пострайтесь почувствовать все, что имеете. Когда мы приступаем к большому делу, она опять мешает нам. Я очень хочу найти себя и по-разному это делал. Если у тебя опускаются руки, пробуй еще раз. Если ты не сдался, ты молодец. В молодости надо «гореть» для родины» [В молодости надо «гореть» 2022].*

Текст рекламы построен с использованием приема языковой игры. В китайском языке слово 当然 означает ‘конечно, логично’; словосочетание 当燃 означает ‘надо гореть’; сочетание иероглифов 青春当然 означает ‘Молодым людям, конечно, надо искать себя’; сочетание иероглифов 青春当燃 означает ‘Молодые должны «гореть» во имя родины’. Идентичное звучание этих слов и сочетаний в контексте обретает разные значения, которые в целом тексте выражают основной смысл рекламы – призыв к молодым людям искать себя, пробовать себя, не сдаваться и «гореть» ради своей родины.

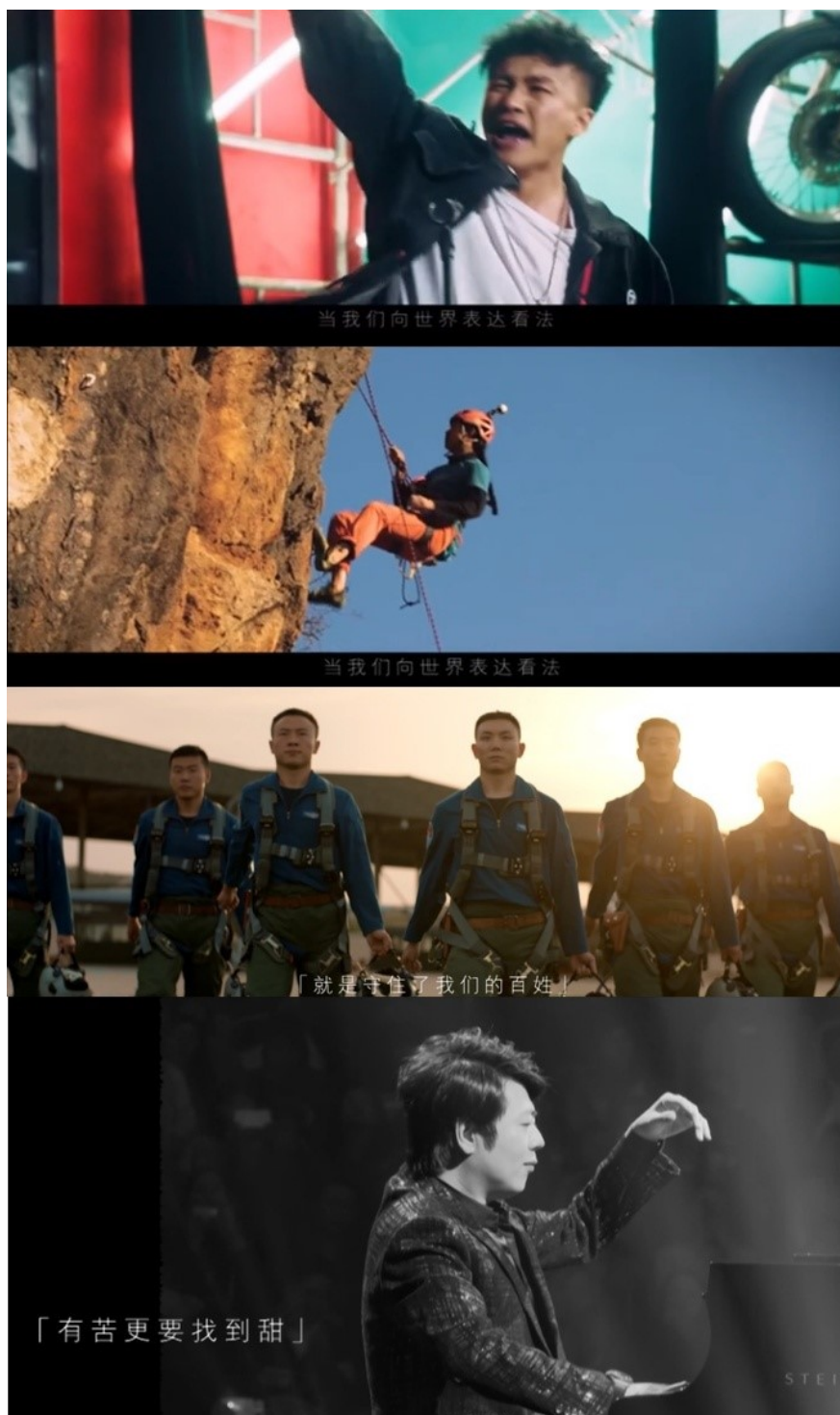


Рисунок 3. Реклама о китайской молодежи

Выводы

Конфуцианство играло важную роль в истории формирования системы и структуры ценностей. Так, благодаря этой философии в китайской культуре сформировались четыре основных (ключевых) ценности, которые сегодня имеют статус общенациональных морально-нравственных установок: *ответственность предшествует свободе, долг предшествует личной свободе, общественное выше личного, гармония – высший уровень бытия человека*. Анализируя китайские рекламные тексты социальной направленности, которые были удостоены

ны премии Хуанхэ (награда специально учрежденная для социальной рекламы), мы видим, что большинство из них отражает темы семьи, честности и справедливости, защиты окружающей среды, патриотической преданности, гармонии с окружающими и миром в целом и др., именно те темы, которые совпадают со сформированными конфуцианской философией ценностными смыслами китайской культуры.

Список источников

Принеси любовь домой // Официальный аккаунт WeChat 29-го Китайского международного фестиваля рекламы (2022). [Электронный ресурс]. URL: <https://mp.weixin.qq.com/s/G9FEUvO18T5mPC5C6Qkj5Q> (Дата обращения: 20.01.2023).

Здравствуйте! // Официальный аккаунт WeChat 29-го Китайского международного фестиваля рекламы (2022). [Электронный ресурс]. URL: <https://mp.weixin.qq.com/s/2yEAIQOZSr1C3G0Lu57kSA> (Дата обращения: 04.04.2023).

В молодости надо «гореть» // Официальный аккаунт WeChat 29-го Китайского международного фестиваля рекламы (2022). [Электронный ресурс]. URL: <https://mp.weixin.qq.com/s/fQZLSVmHu38RONlk5Zf1gQ> (Дата обращения: 16.02.2023).

Список литературы

Николайшвили Г.Г. Краткая история социальной рекламы. М.: АСПЕКТ ПРЕСС. 2008. 8 с.

Чэнь Лай. Полностью понять уникальные ценности Китая – с точки зрения сравнения Китая и Запада. Жэнминь Жибао. 04. 03, 2015. URL: http://m.cnr.cn/news/20150304/t20150304_517871092.html

Юй Тунтин, Ван Сюэцин. Исследование изменений в тематике социальной рекламы в Китае с точки зрения культурной трансформации, Hubei Social Sciences, 2018(06). С. 193-198

Yao Bo

Postgraduate Student of Philological Faculty
Perm State University

KEY VALUES OF CHINESE SOCIAL ADVERTISING

Social advertising displays various values of society, its social structure and culture. This article analyzes the texts of television advertising. An overview of those national value meanings that are most often broadcast in the texts of social advertising functioning in the Chinese media space is proposed.

Key words: values; Chinese culture; advertising text; social advertising.

ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

УДК 81'373.611

Максим Константинович Афиногенов

студент филологического факультета

Санкт-Петербургский государственный университет

max.afino@yandex.ru

АНАЛИЗ СЛОВООБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ГНЕЗДА ПОНЯТИЯ «MAGYAR» И ЕГО СЕМАНТИЧЕСКОГО ОРЕОЛА

В статье выделяются основные смысловые группы слов в составе словообразовательного гнезда венгерского эндоэтнонима «magyar». Рассматривается вопрос о семантических изменениях при образовании новых слов. Приводятся сведения об этимологии этнонима, в том числе народной, для более полного понимания семантических преобразований. Также выдвигается гипотеза о связи самоназвания «magyar» с румынским глаголом «mogorogi» как возможным заимствованием из венгерского языка.

Ключевые слова: венгерский язык; румынский язык; эндоэтноним; этимология; заимствование.

Введение

Самоназвание народа представляет лингвистический интерес тем, что демонстрирует взгляд носителей того или иного языка на своё место в мире. Однако в процессе словообразования семантический компонент эндоэтнонима может измениться, в том числе в зависимости от морфологического контекста употребления исходного материала. Эти случаи примечательны тем, что порождают вопрос о природе словообразовательной мотивации внутри гнезда производных слов.

Любопытны как примеры трактования самого эндоэтнонима народной этимологией, так и различные его производные. Анализируя словообразовательное гнездо, можно наблюдать интересное явление: как преломляются смыслы, считываемые благодаря словообразовательной формулировке в одном слове и теряющиеся в другом.

О происхождении этнонима «magyar»

Пример венгерского самоназвания «magyar» показателен тем, что на протяжении истории народной этимологией предлагалось множество вариантов трактовки его происхождения. Также оно стало основой для многих производных. Наиболее достоверной представляется версия, связывающая этот эндоэтноним с древним уральским компонентом со значением «человек». К нему же возводят самоназвание народа манси (mańsi), а также название одной из фракций манси и ханты – мось (mōś) [Honti 2016: 37–46].

Упомянем также о вариантах трактовки происхождения самоназвания венгров народной этимологией, чтобы представление о возможных преобразованиях смыслов было наиболее полным. Например, этноним «magyar» связыва-

ли также с названием одного из венгерских племён, под предводительством легендарного вождя Арпада пришедших в бассейн Карпат в конце IX в. – *megyer*. В средневековых источниках самоназвание венгров часто возводилось к библейскому сюжету о Гоге и Магоге. Так, в знаменитой хронике «Деяния венгров» Аноним, нотариус короля Белы III, упоминает о родстве вождей венгерских племён и Магога, одного из сыновей Иафета, которого он считал самым благородным из трёх сыновей Ноя [Юрасов 2007: 91]. В венгерском фольклоре также популярна легенда о братьях Хуноре и Магоре, на охоте случайно обнаруживших местность в Паннонии, пригодную для выпаса скота, куда они захотели переселиться. Два брата впоследствии дали начало двум народам: гуннам (Хунор) и венграм (мадьарам – Магор).

Говоря о собственно морфеме «*magyar*» как составном компоненте других слов, можно выделить несколько групп, в соответствии с планом содержания морфемы в каждом случае.

Производные этнонима

Во-первых, мы имеем ряд понятий, относящихся к сфере собственно языка. Например, это могут быть наименования разных стадий развития венгерского: *ősmagyar*, *ómagyar*, *közérmagyar*, *újmagyar* («старый венгерский», «древний венгерский», «средневековый венгерский», «новый венгерский»). Также к этой группе можно отнести слова, связанные с процессом преподавания языка: *magyartanár* (учитель венгерского), *magyarórá* (урок венгерского).

Следующую группу составляют слова, описывающие понятия, связанные с национальным самоопределением венгров. Упомянем о таком внелингвистическом аспекте, как этническое разнообразие населения Карпатского бассейна. Это важно для понимания некоторого смыслового нюанса: здесь компонент «*magyar*» фигурирует не столько в значении собственно «венгерский» как «венгр», сколько как «венгерец», то есть «подданный венгерской короны». При этом факт осознания своего подданства далеко не всегда имел место [Исламов 1984: 46]. Нередки были случаи сопротивления венгерской ассимиляции. В этом смысле фактор территориальной принадлежности вторичен по отношению к собственно национальному или этническому; так, на территории Венгрии жили многочисленные народы, представители которых были подданными Венгерской короны, и при этом определяли себя не как «венгры». Это, например, «то-ты» (венг. *tóthok* – жители Словакии, Славонии, Хорватии, Далмации) и швабы (точнее «дунайские швабы» – «*dunai svábok*»). Также отдельные этнические подгруппы венгров, отличные друг от друга в культурном плане, несмотря на их языковое единство, обозначались собственными этнонимами, которые сохраняются и по сей день: палоц (*palóc*), матью (*matyó*), секеи (*székely*) и т. д. Поэтому представляется целесообразным отделить слова данной группы от первой, а также от следующей, куда относятся топонимы, появление которых обусловлено принадлежностью какой-то территории к Венгерскому королевству (в этом случае национальный вопрос также не играет важной роли).

К группе понятий, связанных с определением венгерской нации, относятся такие слова, как «*magyarság*» («венгерство» – то есть совокупность явлений венгерской культурной идентичности и собственно нация); «*magyarkodik*» –

глагол со значением «нарочито демонстрировать свою принадлежность к венгерской нации» (букв. «венгериться») и его производное «magyarkodás» – существительное, наименование этого процесса. Важно отметить и понятие «magyarságtudomány», то есть буквально «наука о венгерстве» – хунгарология, унгаристика, поскольку процесс изучения и описания культуры играет существенную роль в становлении нации как таковой.

Следующую группу слов можно выделить по «географическому» признаку – в них компонент «magyar» фигурирует как показатель территориальной принадлежности денотата (того или иного места) к «венгерской» территории. Следует помнить о факторе многонациональности населения Венгрии – то есть наименование того или иного пункта как «венгерского» необязательно должно было основываться на национальном признаке. Напротив, во многих населённых пунктах пёстрый этнический состав можно наблюдать и в наши дни, после многочисленных территориальных потерь самой Венгрии и переселений представителей меньшинств в сопредельные страны. Таким образом, наименование их как «венгерских» говорит скорее о «территориальной» мотивировке топонимов, нежели об «этнической». Речь идёт о таких населённых пунктах, как Magyaralmás, Magyaratád, Magyarbóly, Magyarereggy, Magyarcsanád, Magyarbánhegyes, Magyardombegyház. Упомянем также и очевидный пример – Magyarország (Венгрия, буквально «страна венгров/венгерская страна»). Примечательно, что в средневековых текстах вместо составного Magyarország часто встречалось обозначение страны как «Magyar», указывающее на определение самой территории как «венгерской» [Czuczor, Fogarasi, IV kötet 1867: 47]. Обобщая, можно сказать, что наименование той или иной местности «венгерской» было призвано подчеркнуть титульный характер мадьярского этноса, их государствообразующую роль в жизни страны, в то время как в реальности условная территория могла быть заселена представителями многочисленных славянских народов, немцами, половцами, евреями и другими.

Следующий пример особенно интересен своей словообразовательной мотивировкой: глагол «magyaráz» со значением «объяснять», а также многочисленные его производные – «magyarázat» (объяснение), «megmagyarázható» (объяснимый), «megmagyarázhatatlan» (необъяснимый) и т. д. Данный пример иллюстрирует значимость языка как фактора идентификации, в некотором смысле – инициации в парадигме «свой/чужой». Венгерский язык более 3000 лет находился в изоляции от других финно-угорских языков (после отделения от обских угров в начале I тыс. до н. э), сперва в окружении тюркских и иранских языков, а после прихода мадьяр в Паннонию в конце IX в. – славянских, романских и германских. Это объясняет особую важность интеграционной и дистинктивной функций языка. Если спроецировать этот факт на реалии повседневной жизни, то становится понятно, что языковой фактор также играл большую роль в определении категорий «понятного» и «непонятного».

О связи с румынским «mogorogi»

Последняя часть данной статьи посвящена выдвигаемой в статье гипотезе о связи венгерского этнонима «magyar» и румынского глагола «mogorogi», в свете которой приведённый выше пример становится ещё более примечатель-

ным. Глагол «mogorogî» имеет значения: 1) бормотать, ворчать, брюзжать; 2) бранить, ругать / выругать / обругать / отругать; придирааться. Его этимология не установлена достоверно, в современных словарях румынского языка, как правило, указывается: «etimologie necunoscută» (этимология неизвестна).

В более старых словарях предпринимались попытки определения происхождения данного глагола. Например, в первом этимологическом словаре румынского языка Чихака приводились сравнения с венгерскими глаголами «mosogogni» (ёрзать) и «mokogni» (мычать), а также с румынским глаголом славянского происхождения «mosnesc» (тлеть) [Cihac 1879: 516]. Связь с первым и третьим глаголами кажется сомнительной ввиду различий как в смысле, так и в фонетическом облике слов. Глагол «mokogni», в свою очередь, по своему лексическому значению близок румынскому «mogorogî», однако вопросы вызывают различия в экспонентах этих отчасти синонимичных денотатов. Также возникают сомнения в связи с собственно венгерской формой «mokogni». Её словарное описание встречается только в словаре Чучора и Фогараши, глагол упоминается как звукоподражание, родственное глаголу «moszogogni» со значением «издавать носовые звуки наподобие “мо-мо” с закрытым ртом». Национальный корпус текстов Венгерской академии наук не содержит примеров употребления ни одного из этих вариантов (moszogogni/mokogni).

Однако сама мысль о венгерском происхождении глагола «mogorogî» не безосновательна. Отметим, что это регионализм; по информации словаря «Dicționarul limbii române din trecut și de astăzi», зафиксированы случаи употребления в Трансильвании и Молдове (речь об историческом регионе Румынии). В диалектологическом словаре румынского языка в статье о глаголе «mogorogî» указан информант из села Загра в Трансильвании. Стоит помнить о том, что Трансильвания (венг. Erdély) также была частью Венгерского королевства. До сих пор среди сопредельных с Венгрией государств наибольшая доля венгероязычного населения проживает в Румынии (около 1,4 млн человек). В Молдове также представлена значительная доля венгероязычного субэтнуса чанго, потомков венгров, заселивших эту территорию ещё в XIII в.

Производное от глагола «mogorogî» прозвище Mogorogea фигурирует в автобиографичном романе классика румынской литературы Иона Крянгэ «Воспоминания детства» («Amintiri din copilărie»). Писатель родился и жил в Молдове, поэтому закономерно предположение, что такое прозвище персонажа должно отражать языковые реалии в этой местности в годы жизни самого Крянгэ (1837–1889).

Таким образом, случаи употребления этого глагола на территориях Трансильвании и Молдовы, конечно, сами по себе не свидетельствуют о его венгерском происхождении, но скорее говорят в пользу этой гипотезы, нежели опровергают её. Также отметим наблюдения лингвиста Мариуса Сала из его работы «Введение в этимологию румынского языка», где он пишет, что достоверно только слова южно-дунайских диалектов румынского не могут иметь венгерского происхождения [Sala 1999: 183].

Приняв всё это во внимание, перейдём к собственно лингвистической базе гипотезы. В старых венгерских текстах этноним «magyar» встречается в виде

форм «magor» или «mogor» [Юрасов 2007: 91]. Поясним, что ввиду фонетических особенностей венгерского языка во многих диалектных формах фонема /ɒ/ (на письме отображается как «а») и /o/ (отображается как «о») могут заменять друг друга. Как мы видим, эта старая форма напоминает румынский глагол. Можно было бы предположить дальнейшую суффиксацию уже в системе румынского языка, однако в данном глаголе не удалось выделить какой-либо собственно румынский суффикс, кроме конечного -i, активного производящего глагольного суффикса, характерного в том числе и для заимствованных глаголов [Dragomirescu, Nedelcu, Nicolae 2016]. Этот факт также говорит в пользу гипотезы об иноязычном происхождении глагола «mogorogî».

В современном румынском этот глагол относится к IV спряжению, подгруппе А. Заметим, что к данному спряжению относятся многие заимствованные глаголы [Аксенова 2021: 190].

Если предположить, что ранее этот глагол мог относиться к подгруппе Б этого же спряжения (а изменение подгруппы могло произойти в ходе адаптации под систему румынского языка), то обнаруживается следующее: в форме третьего лица множественного числа глагол мог бы иметь форму «mogorog», что созвучно форме множественного числа устаревшего венгерского «magorok/mogorok». Можно допустить вольную интерпретацию носителем румынского языка венгерской речи: самоназвание венгерского этноса могло перенестись на действие (с учётом того, что в рамках этой условной коммуникации венгероговорящего и румыноговорящего речь одного, очевидно, была непонятна другому). Впоследствии, при передаче информации о неких условных носителях венгерского языка (соответственно, с использованием формы третьего лица множественного числа), фонетический облик слова мог напомнить условному носителю румынского глагол, который в дальнейшем мог быть приспособлен к собственно румынской схеме спряжения – в том числе с использованием суффикса -i. Сложно говорить о причинах перехода из одной подгруппы в другую; возможной причиной могла послужить бóльшая продуктивность парадигмы этой схемы спряжения.

Можно допустить также небольшое отступление от этой гипотезы: в некоторых источниках встречается такой вариант этого глагола, как «mogorî» [Coteanu I.2010], ещё более напоминающий венгерскую производящую основу. Предположим, что в процессе заимствования он был первичным – однако тогда остаётся открытым вопрос о причине различия форм «mogorî» и «mogorogî». С другой стороны, поскольку в венгерском языке сосуществуют формы «magor/mogor» и «magorok/mogorok», то различные случаи их употребления (в зависимости от контекста – использование единственного или множественного числа) могли поспособствовать распространению сразу двух форм уже в румынском. Наличие нескольких форм, предположительно, могло увеличить частотность употребления, а следовательно, упростить закрепление заимствования в системе другого языка (румынского).

Выводы

Таким образом, можно наблюдать любопытный пример: в то время как в венгерском языке компонент «*magyar*» является производящей основой для глагола «объяснять», в румынском языке, предположительно – для глагола-характеристики непонятной, неразборчивой речи. В обоих случаях словообразовательная мотивировка ясна: можно провести параллель с мотивировкой фразеологизма «объяснить русским языком», где указание на язык фигурирует как обозначение категории «понятного». Предлагаем также сравнить с русским «*немец*» (от «*немой*», то есть не говорящий на понятном языке) и венгерским «*német*» (аналогично от «*néma*» – «*немой*», славянское заимствование). В случае с румынским «*togorogi*», вероятно, значение «бранить» вторично, поскольку эмоциональная, агрессивная речь может быть так же неразборчива, как и бормотание, мычание. С другой стороны, можно предположить, что появление у глагола этого значения продиктовано стереотипно негативным отношением румынского и венгерского населения Румынии друг к другу.

Как итог, мы можем видеть многочисленные смысловые преобразования внутри гнезда производных понятия «*magyar*», продиктованные различными словообразовательными мотивировками. Они отражают контекст употребления венгерского эндонима как составного компонента сложных слов. Их совокупность, особенно с учётом гипотетического примера из румынского языка, любопытна тем, что демонстрирует, насколько сильно может различаться семантическая наполненность одного и того же компонента в разных лексемах.

Список литературы

- Аксенова А. В.* Лексическая интерференция в румынском языке в италоязычной среде // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. 2021. №3. С. 183–194.
- Исламов Т. М.* От «нацио хунгарика» к венгерской нации // У истоков формирования наций в Центральной и Юго-Восточной Европе. М., 1984. С. 40–58.
- Юрасов М. К.* «Деяния венгров» магистра П., которого называют Анонимом // *Studia Slavica et Balcanica Petropolitana*. 2007. № 1/2. с. 87–98.
- Bolocan Gh., Medvedev T., Voronțova T.* Dicționar român-rus. Ediția a II-a. Chișinău: Editura ARC; Editura GUNIVAS, 2001. 818 p.
- Candrea I.-A.* Dicționarul limbii române din trecut și de astăzi. București: Editura Cartea românească S. A., 1931. 1472 p.
- Cihac Al.* Dictionnaire d'étymologie daco-romane, éléments slaves, magyars, turcs, grecs-moderne et albanais. Francfort s. M., 1879.
- Coteanu I.* Micul dicționar academic, ediția a II-a Academia Română. Institutul de Lingvistică. Editura Univers Enciclopedic, 2010. 3200 p.
- Creangă I.* Amintiri din copilărie. Povești. Povestiri. București: Editura Humanitas, 2013. 336 p.
- Czuczor G., Fogarasi J.* A magyar nyelv szótára. Pest: Emich Gusztav Magyar Akademiai Nyomdász. 1862–1874. 4600 p.

Dragomirescu A., Nedelcu I., Nicolae A. Gramatica de bază a limbii române. Academia Română (București), Institutul de lingvistică "Iorgu Iordan – Al. Rosetti". – 2 ed. București: Univers Enciclopedic Gold, 2016. 686 p.

Honti László Uráli etimológiai és hangtörténeti jegyzetek // Nyelvtudományi Közlemények. 2016. №112. P. 37-46

Kálti M. Képes krónika: A magyarok régi és legújabb tetteiről, eredetükről és növekedésükről, diadalaikról és bátorságukról // fordító Geréb László. Budapest: Magyar Hírlap és Maecenas Kiadó, 1993. 197 p.

Pașca Ș. Glosar dialectal alcătuit după material lexical cules de corespondenți din diferite regiuni. București: Editura Cultura Nationala, 1928. 254p.

Rosetti A. Istoria limbii române. I, De la origini pînă în secolul al XVII-lea. București: Editura Științifică și Enciclopedică, 1978. 936 p.

Sala M. Introducere în etimologia limbii române. București: Editura Univers Enciclopedic, 1999. 252 p.

M. K. Afinogenov

Student of Philological Faculty
Saint Petersburg State University

**ANALYSIS OF THE WORD-FORMATION NEST OF THE CONCEPT “MAGYAR”
AND ITS SEMANTIC HALO**

The article identifies the main semantic groups of words within the word-forming nest of the Hungarian endoethnonym “magyar”. The question of semantic changes in the formation of new words is considered. Information about the etymology of the ethnonym, including folk etymology, is given for a more complete understanding of semantic transformations. The hypothesis of the connection of the self-name “magyar” with the Romanian verb “mogorogi” as a possible borrowing from the Hungarian language is also put forward.

Key words: Hungarian language; Romanian language; endoethnonym; etymology; borrowing.

УДК 811.511.141

Екатерина Дмитриевна Волошенкова
студент филологического факультета
Санкт-Петербургский государственный университет
kvoloshenkova132@gmail.com

ВЕНГЕРСКИЙ ЯЗЫК: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И МЕТОДЫ, ПРИМЕНЯЕМЫЕ ЗАЩИТНИКАМИ «ЧИСТОТЫ» ЯЗЫКА

В статье анализируется влияние языков мирового общения (прежде всего английского языка) на современный венгерский. Рассматриваются причины возникновения такого влияния и его активность. Приведён краткий обзор истории взаимодействия венгерского с другими языками, прежде всего языками Карпатского бассейна. Наконец, даётся описание методов, которые применяются защитниками так называемой «чистоты языка» (и анализ этого понятия). Анализируется успешность этих методов и предполагается дальнейший путь развития современного венгерского языка.

Ключевые слова: венгерский язык; современное состояние языка; «чистота языка»; влияние на язык.

Историческая справка

Венгерский язык – язык финно-угорской ветви уральской языковой семьи, относится к числу угорских языков. Ареал распространения его ближайших «родственников» – языков ханты и манси – находится преимущественно в границах Ханты-Мансийского автономного округа на территории Российской Федерации. Венгерский язык является единственным официальным языком Венгрии – государства-наследника тысячелетней венгерской монархии (в т.ч. в составе Австро-Венгерской империи и владений Габсбургского дома). Число говорящих на венгерском языке во всём мире составляет чуть более 14 млн человек, в том числе почти 10 млн в Венгрии, 2,2 млн в соседних государствах, чьи земли исторически (со времён Средневековья до подписания Трианонского мирного договора в 1921 г.) входили в состав Венгерского Государства (в т.ч. в Румынии, Словакии, Украине, Сербии, Хорватии, Словении, Австрии) [Simsa 2022: 5]; также существуют диаспоры венгров и в других странах.

Венгерский язык отделился от своих родственников около 3000 лет назад. С этого времени он преимущественно использовался на территории, занятой мадьярскими племенами. До прихода венгров в Карпатский бассейн язык подвергался влиянию тюркских, иранских и славянских языков. Влияние первых было так сильно, что длительное время венгерский считали языком тюркской языковой семьи. Во время своего существования на территории оформившегося венгерского государства он находился в постоянном контакте с латынью, немецким и западнославянскими языками. В качестве государственного языка венгерский был закреплён только в 1844 г. Так, очевидно, что язык долгое время подвергался влиянию различных по лексическому составу и грамматической структуре языков и, тем не менее, остался самостоятельным языком, чей «словарь» сильно отличается от лексического состава окружающих его индоевропейских языков.

Быстрый взгляд на вопрос

Влияние английского языка на другие языки (в том числе на малые и национальные) стало особенно заметным с середины XX в. и остаётся активным и сейчас. Ему подвергается преимущественно лексический состав языков. Процесс заимствования слов из международного языка практически неизбежен и, более того, является естественным; в эпоху развивающихся технологий это одно из следствий того, что носители языка стремятся оставаться в контексте мировых тенденций научно-технического прогресса. Согласно гипотезе лингвистической относительности, носители языка неизбежно остаются в той реальности, которую могут выразить, используя единственно существующий инструмент – язык, поэтому при расширении реальности расширяется и языковой материал. Однако есть мнение [Balázs 2001], согласно которому этот процесс надо замедлять, а его результаты сводить к минимуму; такова языковая политика многих национальных государств, в том числе Венгрии.

Важно понимать, что как в Венгрии прошлого, так и сейчас, большинство заимствующихся словоформ приспособляются к языку, ассимилируются в нём. Так что процесс заимствования англицизмов можно назвать не столько простым перениманием лексем, сколько «овенгериванием», что характеризуется, например, сглаживанием фонетической разницы между исходной и заимствованной лексемой. В частности, может сохраняться правописание слова, как в случае с англицизмом «sms» (*short message service*), но изменяться фонетический облик лексемы – /'sm'ʃ/. В то же время может сохраняться, наоборот, фонетический состав, а изменяться орфографический, подстраиваясь под венгерские нормы: английское «file» («собрание компьютерных данных») стало венгерским «fájl» с тем же значением, но произношение не изменилось. Кроме того, существует целый ряд способов составить «подражающую» лексему (кальку с тем же значением) из исконно-венгерских морфем.

Политики и лингвисты-традиционалисты, настаивающие на сохранении литературной нормы, стремятся разными способами ограничить изменение лексического состава венгерского языка. Языковая политика государства такова: правительство поддерживает отказ от использования иностранной лексики в публичном пространстве (см. [Törvény a Gazdasági Reklámok 2001]. При этом языковые законы ужесточаются (ср. [Törvény a Gazdasági Reklámok 2001] и [Törvény az egészségügyről 1997]).

Частные инициативы, в свою очередь, состоят преимущественно в создании и попытке распространения лексем, состоящих из исконно-венгерских компонентов, семантически синонимичных заимствованным словам. При этом в подобных инициативах намечается два пути, которые я предлагаю обозначить следующим образом: *прескриптивный* (создание лингвистами словарей активного типа, содержащих новые лексем) и *коммуникативный* (проведение компаниями конкурсов по созданию новых лексем для той или иной сферы, предполагающее диалог между широким кругом носителей языка и коммерческими лидерами в секторе, имеющими возможность значительно повысить частотность применения новых словоформ).

Обзор конкретных действий государства и частных лиц

Языковая политика государства. В 1997 г. был принят закон «Об экономической рекламе», который в числе прочего отмечал, что предупреждающие надписи об опасности для здоровья должны печататься на венгерском языке [Törvény az egészségügyről 1997]. Другие ограничения, касающиеся языка текста рекламного объявления, не указаны.

27.11.2001 был принят языковой закон, ограничивающий надписи в коммерческой рекламе; причина – слишком быстрое развитие современных технологий вредит венгерскому языку и может разрушить его. Слоганы, названия заведений оставались на английском. Принятие этого закона вызвало дискуссии в прессе и парламенте. В частности, обсуждалось его пагубное влияние на профессию маркетолога («...Вопрос о создании закона вызвал возмущение в рекламной профессии, учитывая, что это новое положение классифицируется только как ограничение профессии <...> Рекламная профессия имеет в основном принципиальные возражения против применения закона. Будем надеяться, что воля законодательного органа рассеет эти опасения, и рекламодатели добровольно будут следовать правилам» (Перевод наш. – Е. В.) [Kalmárné 2002]). Также негосударственные СМИ (в частности, Index.hu) спустя несколько лет после принятия закона выпустили ряд статей, выявляющих его несоблюдение («Nem jött be a magyar nyelvtörvény» – «Венгерский языковой закон не прошёл» (Перевод наш. – Е. В.) [Munk 05.01.2010]).

В 2015 г. рекламный кодекс защищает права рекламодателей на публикацию рекламы на иностранном языке («Иностранный язык имеет в рекламе такую же защиту, как и венгерский язык» – 6 статья, «О защите родного языка» [Fülöp 2023: 3]). Здесь же отмечено, что использование любых вставок на иностранном языке допустимо до тех пор, пока оно не нарушает правила самого венгерского языка (однако в законе не поясняется, что под этим имеется в виду).

Таким образом, на сегодняшний день существует два основных закона, закрепляющих главенствующий статус венгерского языка в поле коммерческих сообщений: закон 1997 г. «Об экономической рекламе», и закон 2001 «О публикации на венгерском языке рекламных объявлений, описаний предприятий и некоторых объявлений, представляющих общественный интерес». В обществе эти законы принимаются со сдержанной критикой, как и в среде лингвистов с более современными взглядами.

Очевидно, что парламентские акты относятся к прескриптивным методам регулирования внутриязыкового пространства. Однако маловероятно, что ужесточения наказаний и попытки полностью изолировать «эфир» от современных заимствований окажутся успешными. Трудно назвать цель введения законов (сохранение чистоты венгерского языка) достигнутой, так как в современных реалиях язык изменяется скорее под влиянием социальных сетей и медиа, деятельность которых не может быть урегулирована подобными законами. В то же время закон часто не соблюдают и рекламодатели; это привело к тому, что в январе 2023 г., спустя 20 лет после вступления закона в силу, Ю. Варга, министр юстиции Венгрии, объявила о ряде проверок, которые будут осуществляться в текущем году для контроля за выполнением закона.

Языковая политика частных лиц

Говоря о языковой политике частных юридических и физических лиц, следует помнить, что их круг деятельности ограничивается, в основном, созданием словоформ, способных заменить лексему, появившуюся в результате заимствования. Здесь следует напомнить терминологию, введённую ранее. Действия лиц, направленные на регулирование какой-либо области общественных отношений, я делю на прескриптивные и дескриптивные: то есть те, которые взаимодействуют с носителями языка в одностороннем порядке и те, которые направлены на появление контакта между широким кругом носителей языка и органами, принимающими закон.

Начнём с *прескриптивного* метода. Существует несколько словарей, составленных по личным или групповым инициативам лингвистов. В частности, рассмотрим словарь, составленный широко известным лингвистом Г. Балажем [Balázs 2001]. Его интернет-портал – прескриптивный словарь активного типа – предлагает возможность поиска новых морфем, созданных группой людей в качестве замены заимствования («*A Szómagyarító segít megmutatni, hogy egy-egy idegen szónak mi a legnépszerűbb magyar megfelelője*» – *Szómagyarító* [глоссарий] *помогает найти самый популярный эквивалент иностранного слова* (Перевод наш. – Е. В.) [Balázs 2001]. Главным недостатком этого проекта можно считать именно выбранный формат: словари активного типа актуальны преимущественно тогда, когда в них закреплена традиционная для языка форма, уже известная носителям. В то же время, очевидным плюсом словаря является возможность оценить предложенную адаптацию: таким образом, ставя «лайк» или «дизлайк» носители всё же высказывают своё отношение к словоформе.

Попытки создать словарь, предписывающий определённую языковую норму, впрочем, маловероятно окажутся успешны, вне зависимости от наличия системы оценивания и ширины круга редакторов. Словарная статья призвана закреплять исторически установившуюся языковую ситуацию или подтверждать узус, сложившийся в обществе. Очевидно, эти требования не выполняются. Кроме того, сложно представить себе современное общество, большинство членов которого будут использовать в процессе речевой деятельности словарь активного типа, содержащий незнакомые им слова, которые можно заменить на уже устоявшиеся в обществе лексемы. В современной ситуации в Венгрии такой словарь может служить инструментом для специалистов по маркетингу, которым закон теперь запрещает использовать иностранные слова.

Куда более интересным, на мой взгляд, является противоположный подход – *дескриптивный*. Он основывается на охвате широкой аудитории, выяснении её настроений, а также использовании положительной мотивации с целью создавать и, далее, применять в языке только что созданные лексемы. Например, Банковская ассоциация Венгрии (БАВ) в 2017 г. проводила конкурс, смыслом участия в котором было создание новых лексем, входящих в семантическое поле банковских операций.

Не в последнюю очередь с помощью поддержки банков-партнёров и прочих ключевых учреждений и организаций, БАВ удалось создать новую терми-

нологию для обозначений «инноваций в сфере технического языка». В качестве главного критерия при создании новой терминологии была выдвинута не замена иностранных корней на венгерские, а содержательность новых лексем. Таким образом, адаптация наименований процессов служит определённой формой просвещения населения в сфере финансов. Директор Национального Венгерского Банка подчеркнул, что в данном семантическом поле иностранные термины и, в первую очередь, аббревиатуры, часто усложняют понимание происходящих процессов [PÉNZ7].

Например, банковский автомат, традиционно называемый в Венгрии АТМ (Automated teller machine), стал называться pénzpont (досл. «денежная точка»). Также изменения претерпели наименования дебетовых карт (feltöltőkártya – «карта, которую можно пополнить»), стартапа (innovállalat «инновационная компания»).

На последнем примере видно, что даже такой подход содержит в себе определённую трудность. Так, слово «стартап» считается для венгерского языка заимствованным, иностранным, тогда как слово «инновационный» уже вошло в активный словарь носителей. В данном случае противоречие можно разрешить так: слово «стартап» не имеет «овенгеренной» формы, на графике передаётся так же, как в английском языке, тогда как «инновационный» («innovatív») приобрёл венгерский аффикс и стал частью речевой культуры. В других случаях решение может быть не так очевидно, что ставит новые вопросы как перед Парламентом, принявшим закон, так и перед специалистами по маркетингу, которые вынуждены следовать не до конца ясным правилам и ограничениям.

Несмотря на активные действия по избавлению венгерского языка от заимствований, они продолжают появляться. На протяжении истории заимствования могли как приживаться, так и выходить из употребления за ненадобностью. Стоит заметить, что в современном венгерском сохраняются и широко употребляются и некоторые искусственно созданные словоформы (например, számítógép – букв. «счётная машина», сосуществует с прямым заимствованием computer).

Выводы

Поводом для написания статьи стало заявление министра юстиции Ю. Варги, которое было сделано ей 22 января 2023 г. [Molnár 23.01.2023]. Это возрождение интереса к закону 22-летней давности вызвало новый интерес к теме и стало призывом к анализу результатов уже проделанной работы и их оценке. Важно понимать, что сохранение «чистоты языка» – скорее громкий слоган, чем реально осуществимое действие. В условиях современного глобального мирового пространства ни государственные, ни частные инициативы не могут полностью ограничить появление большого количества заимствованных понятий в языке. Всё же, если говорить об успешности этих инициатив, то наиболее успешными из них представляются те, которые были предприняты крупным бизнесом с помощью сотрудничества с широкой аудиторией носителей.

Список литературы

- Майтинская К.Э.* Венгерский язык // Языки мира: Уральские языки. М: Наука, 1993. 398 с.
- Balázs G.* Magyar nyelvstratégia. Budapest, Magyar Tudományos Akadémia, 2001. P. 268
- Fülöp S.* A Magyar Reklámszövetség Útmutatója: a Nyelvtörvény Alkalmazásáról a Reklámokban. 2023. [Электронный ресурс]. URL: https://mrsz.hu/cmsfiles/32/18/MRSZ_nyelvtorveny_utmutato_20230210_final.pdf (Дата обращения: 12.04.2023).
- Kalmárné B. R.* “Nyelvtörvény” kontra reklámszakma. 2002. [Электронный ресурс]. URL: <https://web.unideb.hu/~tkis/fvf01.htm> (Дата обращения: 12.04.2023).
- Kenesei I.* A Nyelv és a Nyelvek. Budapest: Akadémiai Kiadó, 2004. P. 134.
- Molnár K.* Bekeményít a Fogyasztóvédelem a Magyar Nyelvű Reklámokért // Kreativ.hu, 23.01.2023. [Электронный ресурс]. URL: <https://kreativ.hu/cikk/a-magyar-nyelv-vedelmeben-a-fogyasztovedelem-fogja-ellenorizni-a-reklamokat> (Дата обращения 05.04.2023)
- Munk V.* Nem Jött be a Magyar Nyelvtörvény // Index.hu, 05.01.2010. [Электронный ресурс]. URL: https://index.hu/belfold/2010/01/05/sikertelen_a_magyar_nyelvtorveny/ (дата обращения: 12.04.2023)
- PÉNZ7* Mondd Magyarul! 29.03.2017. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.penz7.hu/hir-reszlet.cshtml?hirId=18> (Дата обращения: 8.04.2023)
- Simsa T.* A Kárpát-Medencében Élő Magyarok Demográfiája. Budapest: Országgyűlés hivatala, 2022. 31 P.
- Tóth-Szenesi A.* Nyelvművelés a Körúton // Index.hu, 02.01.2003. [Электронный ресурс]. URL: <https://index.hu/belfold/nyelv0102/> (Дата обращения 12.04.2023)
- Törvény az egészségügyről – CLVI 1997.* (Закон о здравоохранении). [Электронный ресурс]. URL: <https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=99700154.TV&searchUrl=/gyorskereso?keyword%3DNyvtv#lbj0id48e6> (Дата обращения: 05.04.2023)
- Törvény a Gazdasági Reklámok és az Üzletfeliratok, Továbbá Egyes Közérdekű Közlemények Magyar Nyelvű Közzétételéről – XCVI 2001.* (Закон о публикации на венгерском языке коммерческих объявлений и вывесок магазинов, а также объявлений, представляющих общественный интерес). [Электронный ресурс]. URL: <https://web.unideb.hu/~tkis/complex.htm> (Дата обращения: 05.04.2023)
- Whorf B. L.* Language, Thought, and Reality : Selected Writings of Benjamin Lee Whorf, John B. Carroll, Stephen C. Levinson, Penny Lee (2nd ed.) // Whorf B.L. Cambridge, Mass.: The MIT Press, 2012. P. 448.

E. D. Voloshenkova

Student of Philological Faculty

Saint Petersburg State University

**HUNGARIAN LANGUAGE: CURRENT STATE AND METHODS USED BY THE DEFENDERS
OF THE "PURITY" OF THE LANGUAGE**

The article analyses the influence of world languages (first of all English) on modern Hungarian: the reasons for the emergence of such influence and its activity. A brief overview of the history of interaction between Hungarian and other languages, especially the languages of the Carpathian Basin, is given. Finally, a description of the methods used by the defenders of the so-called "language purity" (and an analysis of this concept) is given. The success of these methods is analysed and the future path of development of modern Hungarian is suggested.

Key words: Hungarian language; modern state of the language; "language purity"; influence on the language.

УДК 81'371

Ксения Алексеевна Еремеева
студент филологического факультета
Пермский государственный
национальный исследовательский университет
eksa4364@gmail.com

ПРОБЛЕМА СООТНОШЕНИЯ ЛЕКСИКОГРАФИЧЕСКОГО И ПСИХОЛИНГВИСТИЧЕСКОГО ЗНАЧЕНИЙ СЛОВА «ИСКУССТВО»

В статье рассматривается проблема соотношения различных видов значений слова. В ходе исследования был проведен свободный ассоциативный эксперимент на стимул «Искусство». Результаты (1640 реакций) были проанализированы в контексте семной интерпретации и сопоставлены с данными словарей. Была выявлена проблема актуализации сем, указанных в словарях, и сем, действительно функционирующих в речи носителей.

Ключевые слова: значение слова; концепт; психоллингвистика; лексикография; семы; искусство.

Введение

При изучении концепта «Искусство» (82 информантам (41 филологу и 41 сотруднику полиции) в возрасте от 17 до 73 лет было предложено написать 20 реакций на стимул «Искусство», полученные 1640 реакций подверглись процедуре семной интерпретации) мы столкнулись с тем, что в языковом сознании носителей находятся более широкие представления об исследуемом явлении, которые выходят за пределы словарных дефиниций. Толковые словари составляются по принципу редуционизма, что делает невозможным фиксирование всех контекстов употребления слов. Стоит отметить, что узуальное значение слова может устаревать, а новое – не фиксироваться. Так, в утверждении лексикографического значения слова выявляется спорный момент, связанный с тем, что минимальные выделенные лексикографами признаки дефиниции далеко не всегда являются существенными для носителей языка. По мнению Ж. И. Фридман, «значение слов в лексикографических источниках и значение в сознании носителей языка существенно различаются по объему семантических компонентов, числу значений и их иерархии в семантеме» [Фридман 2006: 12]. В связи с этим исследователи предлагают учитывать еще один вид значения слова – психоллингвистическое значение (далее – ПЗ), психологически реальное.

Термин был введен И. А. Стерниным. Под психоллингвистическим значением он понимает «упорядоченное единство всех семантических компонентов, которые реально связаны с данной звуковой оболочкой в сознании носителей языка. Это тот объем семантических компонентов, который актуализирует изолированно взятое слово в сознании носителей языка, в единстве всех образующих его семантических компонентов – более и менее ярких, ядерных и периферийных» [Рудакова, Стернин 2011: 99].

Психолингвистическое значение шире лексикографической фиксации слова и коммуникативного значения – обобщения различных зафиксированных в контекстах наборов актуализованных сем значения [Рудакова, Стернин 2017: 38]. Такое значение выявляется с помощью свободного ассоциативного эксперимента. Экспериментальные методы «оказываются несравненно более эффективным и экономным путем определения психологически реального значения слова, чем контекстуальный анализ» [Стернин 1985: 122].

Результаты эксперимента

Обратимся к лексикографическому значению слова «искусство». По данным словарей [Большой современный толковый словарь русского языка] искусство – это: 1. Творческое воспроизведение действительности в художественных образах; 2. Отрасль творческой художественной деятельности; 3. Какая-л. отрасль практической деятельности с присущей ей системой приемов и методов; 4. Умение, ловкость, тонкое знание дела.

Соотнесем словарные дефиниции с реакциями информантов, которые мы получили в результате проведенного свободного ассоциативного эксперимента, то есть распределим их по тематическим группам:

1. К творческому воспроизведению действительности отнесем *творчество, картину, книгу, произведение, рассказ, композицию, концерт, натюрморт, портрет, пейзаж, рисунок, творение, текст, спектакль, фотографию, элладу, сюиту, эквелибр и др.*

2. Отрасль творческой художественной деятельности представлена информантами следующим образом: *музыка, живопись, скульптура(ы), литература, архитектура, танец(цы), кино, балет, опера, хореография, поэзия, рукоделие, слово, словесность, фотография, гравюра, графика, ДПИ, зодчество, кулинария, лепнина, мода, фанфик, шан-шуй, ваяние, зодчество, игра, иконопись, лепнина, перформанс, пение, фрескопись, хохломская роспись, народное творчество, 3D-графика.*

3. *Война, дипломатия, адвокатура, кулинария, спорт, софистика* – реакции, относящиеся к отраслям практической деятельности.

4. Мы обнаружили, что реакции, которые можно было бы отнести к 4 группе, отражающей искусство как умение, ловкость, тонкое знание дела, в языковом сознании информантов отсутствуют.

Теперь выявим семы, которые не соотносятся со словарной дефиницией. Искусство, помимо уже выявленных и зафиксированных в словарях компонентов, включает в себя:

1. **Выражение субъективного эмоционального и оценочного отношения** (*любовь, величие, вера, высокое, выплеск, душа, жизнь, изящество, изящность, наслаждение, радость, страдание, шедевр, бессмертие, буря, вечное, возвышенное, прекрасное, задумчивость, изысканность, искра, красивое, красочность, самовыражение, новое, порыв, поцелуй, почему, свобода, спасает, спасение, слава, слезы, счастье, удивительное, удовольствие, уникальность, утонченность, чувственность, хрупкость, странный, непонятный, восхищение, вдохновение, возбуждение, воодушевление, особенный, креативный, искус-*

ственный, прекрасный, дорогой, наслаждение, протест, любить, стремление, убеждение, гармония, грация, восклицание, совершенство, призвание и др.);

2. **Конкретных представителей** (Ван Гог, Васнецов, Шекспир, я, человек, мужчина, Калинин, Эрмитаж, Эпоха Возрождения, Ренессанс, Древняя Греция, античность, Микеланджело, Леонардо, Парфенон, Колизей, Бах, Богема, Блейк, Бог, Борхес, Новалис, Овидий, Рубенс, Серебряный век, Терпсихора, Третьяковская, эпигоны, Эрмитаж, эпоха Возрождения, филармония, Пермь-Арт, Большой театр, Три мушкетера, Мастер и Маргарита, Сталкер, Пушкин, Есенин и др.);

3. **Субъектов, создающих искусство** (художник, композитор, актер, актриса, артист, искусствовед, скульптор, создатель, творец, гений, акционист, дирижер, критик, перформер, поэт, писатель, режиссер, пилоты, плотник, виолончелист, инженер, мастер, повар, учитель, пионер, водитель, каскадер);

4. **Средства создания** (кисти, краски, рука, мозг, сцена, альбом, оркестр, материал, фортепиано, цвета, звук, ноты, знаки, карандаш, свет, мольберт, коды, пространство, глина, воск, сукно и др.);

5. **Процесс** (развитие, история, работа, труд, обучение, просвещение);

6. **Систему** (наука, институция, религия);

7. **Окружающую действительность** (природа, реальность);

8. **Философские учения** (этика, эстетика);

9. **Когнитивные процессы** (познание, память, мышление, понимание, подсознательное, речь);

10. **Результат когнитивных процессов** (истина, мысль, интерпретация).

Сравним реакции филологов и полицейских для понимания различий мировосприятия изучаемых социальных групп – насколько по-разному они видят окружающий мир:

1. *Человек, мужчина, я* в сознании филолога являются такими же равноправными представителями искусства, как *и Леонардо, Микеланджело, Васнецов, Шекспир*. Также филологи выделяют эпохи в качестве представителей искусства. У сотрудников полиции классические представители искусства выражены не только в людях, но и в литературных художественных произведениях. В обеих исследуемых группах есть современный представитель: у филологов блогер *Калинин*, у сотрудников полиции – «*Сталкер*».

2. Сотрудники полиции выделяют *умения и технологии* как важные части процесса создания искусства.

3. В категории «виды искусства» наиболее ощутимы различия с точки зрения профессиональной деятельности. *Фанфик* (современная литература) и *софистика* (направление философии и риторики) выделяются у филологов. *Война, дипломатия, адвокатура, стрельба* – выделяются сотрудниками полиции как части профессиональной деятельности; *охота, рыбалка, спорт, бой, бокс, футбол, смешанные единоборства, кунг-фу, рейв, реп-баттл* – выражают интересы и способы досуга. Сотрудники полиции выделяют *медицину* как вид искусства.

4. Эмоционально-оценочных реакций у филологов больше, они разнообразны, метафоричны, противоречивы: *буря, выплеск, порыв, бессмертие, возвышенное, истина, любовь, поцелуй, магия, наслаждение, страдание, слезы,*

страх, свобода, спасение. Сотрудники полиции характеризуют искусство как *странное, непонятное.*

Выводы

Психолингвистическое значение слова необходимо учитывать для понимания процессов мышления и мировосприятия людей в рамках социальных и культурных контекстов. Таким образом, мы видим множество смыслов, которые актуализируются через ассоциации. Наше исследование подтверждает, что психолингвистическое значение отражает то, как носитель языка воспринимает окружающий мир, какие смыслы для него действительно актуальны. Работа рассматривает лишь один из аспектов проблемы. Перспективы дальнейшего исследования мы видим в более подробном, детальном изучении количественных различий в реакциях исследуемых социальных групп, при сравнении которых можно выявить специфику восприятия, отличающиеся друг от друга способы мышления, влияние пола, возраста, профессиональных компетенций на формирование психолингвистического значения слова.

Список литературы

Большой современный толковый словарь русского языка. [Электронный ресурс]. URL: <https://slovar.cc/rus/tolk.html> (Дата обращения: 11.05.2023).

Рудакова А. В., Стернин И. А. О понятии коммуникативного значения слова // *Коммуникативные исследования.* 2017. №1 (11). С. 36–48.

Рудакова А. В., Стернин И. А. Психолингвистическое значение слова и его описание. «Ламберт», 2011. 192 с.

Стернин И. А. Лексическое значение слова в речи. / И. А. Стернин. Воронеж, 1985. 170 с.

Фридман Ж. И. Психологически реальное значение слова как феномен языкового сознания: автореферат дис. канд. филол. наук: 10.02.19 / Ж. И. Фридман. Воронеж, 2006. 219 с.

К. А. Eremeeva

Student of Philological Faculty

Perm State University

THE PROBLEM OF THE CORRELATION OF LEXICOGRAPHIC AND PSYCHOLINGUISTIC MEANINGS OF THE WORD «ART»

The article considers the problem of the correlation of different types of meanings of the word. In the course of the study, a free associative experiment was conducted on the stimulus “Art”, the results (1640 reactions) were analyzed in the context of seminal interpretation and compared with dictionary data. The problem of updating the sem indicated in dictionaries and the sem that actually function in the speech of native speakers was identified.

Key words: word meaning; psycholinguistic; lexicographic; correlation; semes; art.

УДК 811.111'367'37

Екатерина Олеговна Катарская
студент факультета английского языка
Минский государственный
лингвистический университет
kate.katarskaya@mail.ru

ПРОПОЗИЦИОНАЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА НАЗВАНИЙ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ПРОИЗВЕДЕНИЙ

В статье рассматриваются семантико-синтаксические характеристики заглавий англоязычных романов. Путем их сравнительного анализа в диахроническом аспекте были выявлены основные тенденции развития структуры заголовков в различные литературные периоды. Пропозициональная и структурная составляющая заголовков британских и американских романов прошла путь от сильно усложненной и разнообразной (в эпоху Просвещения) до сильно упрощенной и одноликой (в период модернизма) и пришла к умеренной вариативности на современном этапе развития литературы.

Ключевые слова: заголовок художественного произведения; синтаксическая структура; пропозиция; семантический процесс; диахронический аспект.

Введение

Первой информацией, обращенной автором к читателю, является заголовок текста, который существенно определяет последующее восприятие содержания произведения и становится первым шагом к его интерпретации. Незатухающий интерес ученых к заглавию объясняется его уникальным положением в тексте, многообразием функций, его семантической сложностью и особыми синтаксическими характеристиками. Преимущественное внимание исследователей обращено на заголовки газетных статей, в то время как вопрос о структурной типологии и семантической классификации заглавий художественных произведений до сих пор недостаточно изучен.

Целью данного исследования стало изучение структурной и пропозициональной составляющих названий англоязычных художественных произведений в диахроническом аспекте. В качестве материала исследования были отобраны 135 заглавий англоязычных романов, являющихся выдающимися произведениями своих литературных эпох.

Результаты исследования синтаксической структуры заголовков были представлены в отдельной публикации, в которой отмечено структурное разнообразие заголовков художественных произведений на английском языке [Петрашкевич, Катарская 2022]. Так, четверть из них представлены одним словом (в основном существительными – как нарицательными, так и именами собственными). Около половины составляют подчинительные именные словосочетания – с препозитивными и постпозитивными определениями приблизительно в равной мере. Препозитивные определения выражены преимущественно прилагательными, а постпозитивные – предложными оборотами (с абсолютным преоб-

ладанием предлога *of*). Небольшая доля заглавий представлена сочинительными словосочетаниями, причастными и предложными оборотами без опоры на существительное. Кроме того, в исследуемом материале зарегистрированы единичные случаи употребления предикативных единиц [Петрашкевич, Катарская 2022].

Таким образом, большинство синтаксических структур, использованных в качестве заглавий англоязычных романов, являются разнообразными словосочетаниями или односоставными и эллиптическими предложениями, то есть представляют собой свернутые пропозиции. Анализ семантической структуры заголовков проводился на основе методики и терминологического аппарата, разработанного М.А.К. Хэллidayем и его последователями [Halliday 2004: 168–259; Downing 2015: 153–196].

Основная часть

Зарождение романа как отдельного литературного жанра приходится на период раннего Просвещения (вторая половина XVII – первая половина XVIII вв.). Именно тогда появляются романы, известные как *Robinson Crusoe* / Daniel Defoe и *Gulliver's Travels* / Jonathan Swift. Но не все знают, что это лишь сокращенные названия данных романов, полные версии которых: *The Life and Strange Surprising Adventures of Robinson Crusoe, of York, Mariner: Who Lived Eight and Twenty Years, All Alone in an Uninhabited Island on the Coast of America, Near the Mouth of the Great River of Oroonogue; Having Been Cast on Shore by Shipwreck, Wherein All the Men Perished but Himself. With an Account how he was at last as Strangely Deliver'd by Pyrates. Written by Himself* и *Travels into Several Remote Nations of the World. In Four Parts. By Lemuel Gulliver, First a Surgeon, and then a Captain of Several Ships*. Очевидна сложность структурной и семантической составляющей данных заголовков.

В первом случае название представлено тремя распространенными предложениями, где скрыто 13 пропозиций, 7 из которых материальные (например, *Robinson Crusoe leads a life, Robinson Crusoe has adventures, shipwreck cast Robinson Crusoe on shore*).

Во втором, более коротком заглавии, также состоящем из трех предложений, заключены 4 пропозиции различных типов: материальная (*Gulliver travels into several remotenations of the world*), релятивная квалифицирующая (*the novel is in four parts*) и 2 классифицирующих (*Lemuel Gulliver is a surgeon, Lemuel Gulliver is a captain of several ships*).

Заголовки романов, представляющих эпоху зрелого и позднего Просвещения (1740-е–1780-е гг.), также имеют сложную структуру и семантику, но они уже значительно проще по сравнению с предшествующим периодом.

Наибольшее количество процессов было отмечено в заглавии *Clarissa; or, The History of a Young Lady: Comprehending the Most Important Concerns of Private Life. And Particularly Showing, the Distresses that May Attend the Misconduct Both of Parents and Children, In Relation to Marriage* / Samuel Richardson – 10 пропозиций, среди которых преобладают материальные (в 4 случаях) либо релятивные квалифицирующие (в 3 случаях).

Наименьшее количество процессов представлено в названии романа того же автора *Pamela; or, Virtue Rewarded* – одна материальная пропозиция (*somebody rewards the virtue*). Что касается первой части данного заголовка, мы видим, что номинативный компонент четко определен, но нет никакой информации и авторских характеристик героя для выявления скрытого процесса. В заголовках других отобранных романов этого периода отмечается в среднем 3 свернутых пропозиции.

Таким образом, авторы эпохи Просвещения старались добавить в заголовки максимальное количество информации, наиболее полно охарактеризовать свое произведение, главного героя и даже отметить основные сюжетные моменты.

Однако с течением времени наблюдается тенденция к упрощению заглавий. Так, в заголовках эпохи предромантизма (вторая половина XVIII в.) отмечается не больше трех пропозиций, причем около половины (6 из 13) заглавий из этого периода (первая половина XIX в.) и вовсе не содержат в себе процесса, так как представлены либо именами собственными, называющими главного героя (*Emma* / Jane Austen; *Rob Roy, Quentin Durward* / Walter Scott), либо именами нарицательными, часто указывающими тему произведения (*Pride and Prejudice* / Jane Austen; *Precaution* / James Cooper). Многие авторы добавляли к центральному элементу произведения также его жанр, а потому в заголовках этого времени преобладают свернутые пропозиции с вербальными процессами (*The Monastery: a Romance – a romance tells a story about the monastery* / Walter Scott; *The Pilot: A Tale of the Sea – a tale tells a story about the sea* / James Cooper).

Особый интерес представляет период критического реализма, заглавия романов которого отличаются большим разнообразием как со структурной, так и с семантической точки зрения.

Количество пропозиций в одном заглавии варьируется от их полного отсутствия (*Jane Eyre* / Charlotte Brontë; *Cranford* / Elizabeth Gaskell) до семи (*The Personal History, Adventures, Experience and Observation of David Copperfield the Younger of Blunderstone Rookery (Which He Never Meant to be Published on any Account)* / Charles Dickens). Более того, пропозиции каждого из видов нашли свое представление в том или ином названии, при количественном преобладании материальных, релятивных квалифицирующих, идентифицирующих и вербальных процессов.

Отмечено разнообразие грамматических структур, используемых авторами в заглавиях, при явном преобладании подчинительных именных словосочетаний с постпозитивным определением, выраженным предложным оборотом с предлогом *of* (*The Life and Adventures of Nicholas Nickleby*; *A Tale of Two Cities* / Charles Dickens; *The Adventures of Tom Sawyer* / Mark Twain; *The Red Badge of Courage* / Stephen Crane и др.). Таким образом, широта социальных проблем и очевидное стремление авторов к их обличению и рассмотрению с различных перспектив нашли свое выражение и в структурно-семантической характеристике заглавий романов того времени.

В период викторианской литературы, неоромантизма и модернизма (вторая половина XIX – первая половина XX вв.) снова наблюдается плавный переход к более простым заголовкам. В викторианскую эпоху еще сохраняется некоторая вариативность в количестве пропозиций, заключенных в одном заглавии (от 0 до 4 пропозиций), а позднее – во всех рассмотренных заглавиях, кроме одного, скрыт только один процесс (например, *Treasure Island – the reis treasure on the island* / Robert Stevenson; *The Adventures of Sherlock Holmes – Sherlock Holmes has adventures*; *The Lost World – the world has disappeared* / Arthur Conan Doyle).

Характерной чертой заголовков модернистских романов, как и произведений романтизма, является полное отсутствие выраженных процессов (в 8 из 14 заглавий). Важно отметить, что среди такого небольшого количества пропозиций есть одна ментальная (*Lady Chatterley's Lover – somebody loves Lady Chatterley* / Herbert Lawrence), ведь процессы данного типа встретились всего 4 раза в материале, охваченном в исследовании. Таким образом, заглавия модернистских романов также стали выражением обрывочности, недосказанности, символизма и новаторства, присущих данной эпохе.

Заголовки романов периода довоенного и послевоенного реализма (начало XX в.), а также литературы между двумя мировыми войнами не несут в себе больше двух скрытых процессов, почти все из которых являются материальными (например, *The War of the Worlds* / George Herbert Wells – *the worlds wage a war*; *The Call of the Wind* / Jack London – *the wind calls*; *End of the Chapter* / John Galsworthy – *the chapter ends*) или релятивными квалифицирующими (например, *The Invisible Man: A Grotesque Romance* / George Herbert Wells – *the man is invisible, the romance is grotesque*; *White Fang* / Jack London – *the fang is white*; *A Modern Comedy* / John Galsworthy – *the comedy is modern*). В исследуемых названиях произведений межвоенного времени пропозиции других типов и вовсе отсутствуют. Тем не менее структурная составляющая рассматриваемых заглавий сохраняет вариативность. Более того, 3 заголовка романов, созданных между двумя мировыми войнами, содержат предикативные единицы (*Tender Is the Night* / Francis Scott Fitzgerald; *The Sun Also Rises, For Whom the Bell Tolls* / Ernest Hemingway), что в данном исследовании не отмечалось еще с названий эпохи Просвещения.

Наконец, в эпоху постмодернизма и в современной литературе заголовки романов характеризуются умеренным разнообразием как в семантическом, так и в структурном плане. Большинство из них содержит в себе один скрытый процесс (в 13 случаях из 23), но присутствуют также заглавия с двумя (в 2 случаях), тремя (в 2 случаях) процессами или вовсе без них (в 6 случаях).

Типы пропозиций не ограничены только материальными и релятивными квалифицирующими – бытийные и релятивные идентифицирующие также представлены в равной мере. Грамматические структуры, встречающиеся в названиях и других периодов (сочинительные, подчинительные именные словосочетания с различными пост- и препозитивными определениями, имена существительные), зарегистрированы в более или менее равном количественном соотношении. Также были отмечены нестандартные заглавия, например, состо-

ящие из предикативной единицы в повелительном наклонении (*Never Let Me Go* / Kazuo Ishiguro), местоимения (*It* / Stephen King), предложного оборота (*Out of this World* / Graham Swift).

Заключение

Анализ семантико-синтаксических характеристик заглавий англоязычных романов в диахроническом аспекте показал, что структура заглавий имела отличительные тенденции развития в различные литературные периоды. Она прошла путь от сильно усложненной и разнообразной (в период Просвещения) до максимально упрощенной и одноликой (в период модернизма) и пришла к умеренной вариативности на современном этапе развития литературы.

Список литературы

Петрашкевич Н. П., Катарская Е. О. Структурно-семантические особенности заглавий художественных произведений на английском языке // Материалы ежегодной научной конференции преподавателей и аспирантов университета, 25–29 апреля 2022 года: в 5 ч. Ч. 3. Минск: МГЛУ, 2022. С. 75–78.

Downing A. English Grammar. A University Course: Third Edition. London & New York: Routledge, 2015. 529 p.

Halliday M.A.K. An Introduction to Functional Grammar / rev. by C.M.I.M. Matthiessen. London: Hodder Arnold, 2004. 689 p.

Е. О. Katarskaya

Student of English Language Faculty
Minsk State Linguistic University

PROPOSITIONAL CHARACTERISTICS OF ENGLISH FICTION TITLES

The article describes the semantic and syntactic characteristics of the titles of English novels. Their comparative analysis in the diachronic perspective identified distinctive trends in the development of the structure of headlines within various literary periods. The propositional and structural component of the titles of British and American novels has developed from highly complicated and diverse (during the Enlightenment) to highly simplified and identical patterns (in the period of modernism) and has come to moderate variability at the present point of literary development.

Key words: fiction titles; syntactic structure; proposition; semantic process; diachronic aspect.

Юлия Станиславовна Раввина
студент филологического факультета
Санкт-Петербургский государственный университет
iuliaravvina@mail.ru

ГЛАГОЛЬНЫЕ ПЕРИФРАЗЫ В КРЕОЛЬСКОМ ЯЗЫКЕ МАКАО: К ВОПРОСУ О ВЛИЯНИИ ЯЗЫКА-ИСТОЧНИКА НА ГРАММАТИКУ КРЕОЛЬСКОГО ЯЗЫКА

Широко распространённые в португальском, глагольные перифрастические конструкции были описаны в крупнейших креольских языках на его основе (в языках Кабо-Верде, Гвинеи-Бисау и др.). В представленной статье проводится анализ номенклатуры и функционирования глагольных перифраз в португалокреольском языке Макао на материале всех доступных для изучения текстов второй половины XX – начала XXI вв. Насколько можно судить, ранее макаоанские глагольные перифразы никогда не становились объектом исследования, в то время как они являются важной составляющей всей глагольной системы этого креольского языка.

Ключевые слова: креольский язык Макао; португальский язык; глагольные перифразы; глагольные категории.

Введение

Креольский язык Макао, или макаоанский, – это португалокреольский язык, сформировавшийся на территории современного Китая, один из наименее изученных живых креольских языков на основе португальского. Как и многие другие креольские языки, он возник в эпоху Великих географических открытий. В тот период Португалия представляла собой одну из крупнейших колониальных держав. В середине XVI в. португальцы достигли берегов Китая и основали на крайне малонаселённом полуострове Макао торговый город. Путь из Португалии в Макао лежал вдоль берегов Африки и Азии, и со всех этих территорий португальцы завозили в Макао рабов и женщин в качестве жён. Некогда почти необитаемый полуостров стал местом встречи самых разных народов и языков [Соболева 2001: 256]. В этом контакте культур начал формироваться новый язык, ставший родным для потомков смешанных браков. С конца XIX в. макаоанский язык подвергается декреолизации, то есть процессу сближения с языком-источником.

Типологически креольский язык Макао относится к языкам с изолирующим морфосинтаксисом, что резко отличает его от его языка-источника – португальского, флективного языка с тенденцией к аналитизму. Если основу португальской глагольной системы составляет система времён и наклонений, а глагол наделён богатой морфологией: у большинства глаголов в португальском языке насчитывается 121 форма [Катагощина, Вольф 1968: 110], то в макаоанском языке основным способом выражения времени, вида и наклонения традиционно считаются предглагольные маркеры, а сам глагол практически неизме-

няем [Pinharanda, Baxter 2004]. Вместе с тем в макаоанском языке обнаруживается такой важный элемент португальской глагольной системы, как глагольные перифразы – сложные предикативные конструкции, состоящие из полувспомогательного глагола и инфинитива смыслового глагола¹.

Перифрастические глагольные конструкции в макаоанском языке

В португальском языке встречаются глагольные перифразы трёх типов: *временные*, *аспектуальные* и *модальные* [Drzazgowska 2011: 109]. Все эти три типа представлены в макаоанском:

I. *Временные перифразы*

В строгом смысле в португальском языке выделяется одна временная перифраза – *ir + inf* со значениями действия в ближайшем будущем и запланированного действия в будущем (см. подробнее [Oliveira 1985]). Макаоанским языком она была унаследована в форме *vai + inf* (мак. *vai* < порт. *vai*, 3 л. ед. ч. наст. вр. изъяв. накл. от *ir* ‘идти’) с сохранением обоих значений.

1. Запланированное действие (намерение):

Próximo Magazine de PCB, iou vai iscrevê cuza têm na Bairro Móng Há...(PCB)

В следующем выпуске журнала PCB я собираюсь написать о том, что находится в районе Монг А².

Avó já contá pa nos dós qui hozi vai durmi na casa nova. (PCB)

Бабушка сказала нам двоим, что сегодня мы будем спать в новом доме.

2. Ближайшее будущее:

Gente gente lôgo sábi Vât Ün já pula dentro di mar morrê, tudo susto qui pêsse pêsse vai comê su corpo, já corrê azinha. (PCB)

Люди скоро узнали, что Цюй Юань бросился в море, все испугались, что рыбы [сейчас] съедят его тело, все скорее побежали.

... azinha péga na tudo sapéca di marido guarda, mêdo ilôtro vai fazê baboricâ. (Coelho, 11)

[Жена] скорее забирает все деньги мужа, держит их у себя, боится, что тот наделает глупостей.

Эта глагольная перифраза имеет большее распространение в исследованных текстах XXI в., что наводит на мысль о её проникновении в макаоанский вследствие декреолизации. Наследование макаоанским временной перифразы интересно само по себе, поскольку его глагольная система носит скорее аспектуальный, чем временной характер.

II. *Аспектуальные перифразы*

В португальском языке аспектуальные перифразы в основном представляют собой конструкции с предложным управлением (между полувспомогательным глаголом и инфинитивом смыслового глагола ставится предлог). Чаще всего в таких перифразах встречается предлог *a*. В макаоанском языке нет аналога этого португальского предлога, вследствие чего наследованные из португальского перифразы с ним стали беспредложными.

• *Começá + inf* – перифраза с начинательным значением, восходящая к порт. *começar a + inf* ‘начинать делать что-то’.

Paolo co Pedro intrá na caréta di tras, dos careta começa core.(Fer., 154)

Паоло и Педро садятся на заднее сиденье, и две машины трогаются (начинают ехать).

Iou na lóji já começâ ri sacada. (Coelho, 33)

Я в магазине начал хохотать.

• *Continuá + inf* – перифраза со значением продолжающегося действия, восходящая к порт. *continuar a + inf* ‘продолжать делать что-то’.

Careta continuá core. (Fer., 154)

Машина продолжает ехать.

Continuá fazê impada... (PCB)

Продолжают готовить пирог...

• **Tá + inf*

*Сочетание *tá* с глаголом помещается нами в разряд глагольных перифраз под звёздочкой в связи со следующими обстоятельствами:

Tá в макаоанском языке описывается современными исследователями как предглагольный маркер прогрессивного аспекта, развившийся вследствие грамматикализации португальского глагола *estar* [Pinharanda, Baxter 2004: 8–10]. Однако слово *tá* способно употребляться в креольском языке Макао как глагол, сближаясь со своим португальским этимологом – глаголом-связкой *estar* ‘быть’ (в значениях состояния и местонахождения):

мак. *Pât Ût Sâp Ng ta perto.* (PCB)

порт. *Pât Ût Sâp Ng está perto.*

рус. Праздник фонарей близко.

мак. *Vosotro tâ bom?* (Coelho, 2)

порт. *Vocês estão bem?*

рус. У вас всё хорошо?

Кроме того, *tá*, подобно порт. *estar*, может выступать в качестве вспомогательного глагола при образовании аналитической формы пассивного залога:

мак. *Poço di jardim tá fichado.* (PCB)

порт. *O poço do jardim está fechado.*

рус. Садовый колодец закрыт.

Употребление *tá* как глагола открывает перед исследователями два пути: либо констатировать омонимию глагола и маркера *tá* в макаоанском языке, либо рассматривать *tá* исключительно как глагол, а его сочетание с другим глаголом – как глагольную перифразу. Аргументом в пользу второго варианта служит то, что порт. *estar* также способен выступать полувспомогательным глаголом в составном глагольном сказуемом, образуя перифразу *estar a + inf*. Её значение в настоящее время принято определять как прогрессивность, указание на длительность действия, его незавершённость [Mateus 2003: 146–149] и его одновременность моменту речи или моменту референции [Неустроева 1997: 154], что и просматривается в макаоанском *tá + inf*.

Одновременность моменту речи:

мак. *Senti qui fim di mundo tâ quase vem-ia.* (PCB)

порт. *Sinto que o fim do mundo está quase a vir.*

рус. Чувствую, что конец света наступает.

Одновременность моменту референции:

мак. *Intremente nhónha ta conserta cabêlo... iou-sua amigo Lopes qui azinha já têm na riva di armário.* (Fer., 145)

порт. Enquanto a moça **estava a consertar** o cabelo... o seu amigo Lopes escalou o armário muito rápido.

рус. Пока девушка поправляла волосы... её друг Лопеш быстро взобрался на шкаф.

мак. *Justo acunga dos careta ta dobra esquina... tudo ilotro uvi "Pim! Pim! Pim!"* (Fer., 153)

порт. Justamente quando aqueles dois carros **estão a dobrar** esquina... todos eles ouvem "Pim! Pim! Pim!"

рус. Именно в тот момент, когда те две машины поворачивают за угол... все слышат «Пим! Пим! Пим!»

Сравнение функционирования порт. *estar a + inf* и мак. *tá + V* требует отдельного исследования. В рамках данной статьи мы ограничимся тем, что укажем на представляющуюся нам допустимость трактовки сочетания *tá* с глаголом как аспектуальной глагольной перифразы.

- *Torná + inf* – перифраза с итеративным значением (возобновления или повторения действия), восходящая к порт. *tornar a + inf* ‘снова сделать что-то, снова начать делать что-то’:

China lôgo torna fica cô nôsso Macau. (Coelho, 10)

Китай скоро снова будет владеть нашим Макао.

Siara torna papiá. (Fer., 146)

Сеньора снова заговорила.

- *Savá + inf*

Особенность перифразы *savá + inf* состоит, во-первых, в том, что в ней произошло опущение предлога, но этот предлог – не *a*, а во-вторых – в том, что её значение не просто установить. В португальском языке глагол *acabar* ‘заканчивать’, к которому восходит макаоанское *savá*, входит в состав двух перифраз: *acabar de + inf* со значениями завершения действия (‘закончить что-то делать’) и непосредственного предшествования (‘только что что-то сделать’)³ и *acabar por + inf.* со значением результативности (‘в конце концов что-то сделать’). В макаоанском языке есть и предлог *di* (от порт. *de*), и предлог *râ* (от порт. *por*), однако перифраза *savá + inf* функционирует без предлога, что может быть связано как с действием закона аналогии (влиянием перифраз, в которых «выпал» предлог *a*), так и с общей тенденцией к утрате предложного управления у макаоанских глаголов. Анализ этой конструкции в макаоанском языке также осложнён тем, что слово «*savá*» может выступать как в роли наречия ‘затем’, так и в роли глагола ‘заканчивать’ [Ferreira 1978: 52]. Соответственно, сочетание *savá* с глаголом может быть как словосочетанием глагол + наречие, так и перифрастической конструкцией, в которой *savá* – полувспомогательный глагол в функции личной формы, а вторая глагольная форма выполняет функцию инфинитива. Омонимия снимается контекстом, но в некоторых случаях возможно двойное толкование.

Однозначно перифраза *savá + inf* опознаётся в значении завершения действия, присущем порт. *acabar de + inf*:

Quelóra iou cáva jánta, onçôm-onçôm, vagar-vagar anda vâi casa... (Coelho, 6)

Когда я закончил ужинать, один-одинёшенек я очень медленно пошёл домой...

Cleópatra já cavá banhá-ia, nunca? (Fer., 195)

Клеопатра уже закончила принимать ванну, верно?

В то же время для предложений, в которых *cavá + inf* предположительно реализует значение непосредственного предшествования (порт. *acabar de + inf*) или результативности (порт. *acabar por + inf*), характерна множественность трактовок.

Предположительное значение непосредственного предшествования:

Cáva chéga perto méa-nôte tudo goela forti-forti conta 10, 9, 8...1, Bom ano, bom ano. (Coelho, 17)

Как только приближается полночь, все громко кричат, считают 10, 9, 8, ... 1, с Новым годом, с Новым годом.

Или: Затем приближается полночь, все громко кричат, считают 10, 9, 8, ... 1, с Новым годом, с Новым годом.

Bonasera cavá sai, Dom Vico botá dôs pé na mésa, chuchu unga churuto Di Nobili na bóca, priguntá co Tom: «Agora, quim?» (Fer., 158)

Как только Бонасера вышел, Дом Вико закинул ноги на стол, завертел во рту сигару Ди Нобиле, спросил у Тома: «Кто следующий?»

Или: Бонасера затем вышел,

Предположительное значение результативности:

Tufám fála vêm, cáva nunca vêm (Coelho, 23)

Говорят, что тайфун придёт, а он так и не приходит.

Или: Говорят, что тайфун придёт, затем он не приходит.

Péga barco qui chôta “caravela” água vai pá tudo mundo, cáva vem Macau (Coelho, 26)

Он сел на корабль под названием «каравелла», плывал по всему свету, наконец прибыл в Макао.

Или: Он сел на корабль под названием «каравелла», плывал по всему свету, затем прибыл в Макао.

Таким образом, несомненно, можно утверждать наличие в современном макаоанском языке перифразы *cavá + inf* со значением завершения действия. Возможно, эта перифрастическая конструкция также способна выражать непосредственное предшествование, примеры чего, пусть и нуждающиеся в уточнении, встречаются в текстах как XX, так и XXI вв. Кроме того, в текстах XXI в. нам встретились примеры предположительного употребления данной перифразы в результативном значении. Если такая трактовка допустима, то макаоанская перифраза *cavá + inf* вобрала в себя значения сразу двух португальских перифраз (*acabar de + inf* и *acabar por + inf*), что возможно с учётом утраты предложного управления у глагола *cavá* в макаоанском.

• *Pará di + inf* – перифраза со значением прекращения действия, восходящая к порт. *parar de + inf* ‘переставать делать что-то’. Её особенностью является сохранение исконного предлога *di* (порт. *de*). Чаще всего данная перифраза употребляется в отрицательном контексте:

Mám nádi pára di cuçá. (Coelho, 11)

Рука не перестаёт чесать.

Cáva intra sã nádi pára di váre-rua. (PCB)

Затем въезжают [в Макао] и уже не перестанут бродить по улицам.

Однако нам также встретился один пример употребления данной перифразы без предлога:

Si tem juizu sã lôgo pára jugá, vái casa. (Coelho, 19)

Если имеет разум, быстро перестанет играть, пойдёт домой.

Опущение предлога в данном случае, вероятно, произошло под влиянием общей тенденции к утрате предложного управления, а также по аналогии с беспредложным употреблением остальных перифраз. Можно предположить, что сохранение предлога в большинстве встретившихся примеров является свидетельством недавнего возникновения данной перифразы в макаоанском языке (неслучайно она встретилась нам только в текстах XXI в.) и что в будущем закрепится беспредложный вариант, как произошло с *savá + inf.*

Таким образом, аспектуальные перифразы в макаоанском, уступая португальским по количеству, не уступают по охвату видовых значений, поскольку способны выражать все основные «аспекты»: начало, продолжение, прекращение, завершение, возобновление, повторение действия.

III. *Модальные перифразы*

Макаоанский унаследовал из португальского перифразы для обозначения основных модальных значений: способности, возможности, долженствования (необходимости) и желания.

- *Sabi + inf* – ‘уметь что-то делать’ от порт. *saber + inf.*

Sômente gente antigo sábi pápia. (PCB)

Только пожилые люди умеют разговаривать [на макаоанском].

Quelóra êle precisá, sabe batê porta pedi paga. (Fer., 152)

Когда ему нужно, он умеет стучаться в двери и требовать плату.

- *Podi + inf* – ‘мочь что-то делать’ от порт. *poder + inf.*

Hôji nôstro vélo-cong cô chácha-véla sômente pódi lembra di tempo antigo. (Coelho, 4)

Сегодня мы, дедушки и бабушки, можем лишь вспоминать о былых временах.

Vosôtro pôde imaginá! (Fer., 145)

Вы можете себе представить!

- *Tem qui + inf* – перифраза со значением долженствования или необходимости от порт. *ter que + inf.* (мак. *tem* < порт. *tem*, 3 л. ед. ч. наст. вр. изъяв. накл. от *ter*.)

Nina-nina sã tem qui bóta véu cubri tudum. (PCB)

Девушки должны надевать вуаль, покрывать голову шляпой.

Amanhã têm-qui ergui cedo. (Fer., 179)

Завтра мне нужно рано вставать.

- *Quere + inf* – ‘хотеть что-то сделать’ от порт. *querer + inf.*

Qui cuza vosôtro quêre uví? (Coelho, 3)

Что вы хотите услышать?

Eu querê durmí! (Fer., 179)

Я хочу спать!

Выводы

Все глагольные перифразы, встретившиеся нам в современном креольском языке Макао, имеют португальское происхождение. Количество перифраз в макаоанском невелико, если сравнивать с португальским и даже с некоторыми другими лузокреольскими языками, однако те, что существуют, весьма частотны и продуктивны. Пришедшие из португальского глагольные перифразы в креольском языке Макао, возможно, являются не менее важным элементом глагольной системы, чем предглагольные маркеры, традиционно считающиеся основным средством выражения видо-временных и модальных значений в макаоанском.

Таким образом, хотя португальская система времён и наклонений в макаоанском не сохранилась, португальский язык передал макаоанскому обширный инвентарь глагольных перифраз, тем самым оказав значительное влияние на глагольную систему этого креольского языка.

Примечания

1. Разграничение личной формы глагола и инфинитива в макаоанском языке осуществляется нами по синтаксическому критерию, так как морфологически глагол неизменяем и представлен единственной формой (не считая отдельной формы причастия), которая может функционально соответствовать как личной форме, так и инфинитиву.

2. Здесь и далее перевод на русский и португальский языки наш. – Ю. Р.

3. В данном случае временное значение трудно отделить от аспектуального.

Список источников

Coelho – Escritos de Carlos Coelho em Patuá di Macau: reunião das postagens no Facebook de Carlos Coelho em idioma crioulo Patuá di macau num só arquivo / col. por Ozias Alves Jr. 2020. 40 p. [Электронный ресурс]. URL: <https://archive.org/details/reuniao-das-postagens-no-facebook-de-carlos-coelho-1/mode/2up> (Дата обращения: 30.01.2023).

Fer. – Ferreira J. dos Santos. Qui Nova Chencho. Macau. 1973. 210 p. [Электронный ресурс]. URL: <https://archive.org/details/qui-nova-chencho/mode/1up> (Дата обращения: 30.01.2023).

PCB Magazine. [Электронный ресурс]. URL: <http://pcbmagazine.blogspot.com/search/label/Patu%C3%A1> (Дата обращения: 30.01.23)

Список литературы

Катагощина Н. А., Вольф Е. М. Сравнительно-сопоставительная грамматика романских языков: иберо-романская подгруппа. М.: Наука, 1968. 256 с.

Неустроева Г. К. Теоретическая грамматика португальского языка: Морфология: Учебное пособие. СПб.: Изд-во СПбГУ, 1997. 200 с.

Соболева Е. С. Португальцы Востока: Макао и его население // Мир Лузофонии: материалы международной научной конференции (15–17 октября 1998 г.). СПб.: Изд-во СПбГУ, 2001. С. 255–260.

Drzazgowska J. As perífrases verbais no português europeu // *Romanica Cracoviensia*. 2011. V. 11. № 1. P. 107–115.

Ferreira J. dos Santos. Papiá Cristám di Macau: epítome de grámatica comparada e vocabulário. Macau. 1978. 107 p. [Электронный ресурс]. URL: <https://archive.org/details/papia-cristam-di-macau/mode/2up> (Дата обращения: 30.01.2023).

Mateus M. H. M. Gramática da língua portuguesa. 5. ed., rev. e aumentada. Lisboa: Caminho, 2003. 1127p.

Oliveira F. O futuro em português, alguns aspectos temporais e/ou modais // *Actas do 1º encontro da Associação Portuguesa de Linguística*. Lisboa. 1985. P. 353–373.

Pinharanda Nunes M., Baxter A. N. Os marcadores pré-verbais no crioulo de base lexical portuguesa de Macau // *PAPIA: Revista Brasileira de Estudos do Contato Linguístico*. 2004. № 14. P. 31–46. [Электронный ресурс]. URL: https://www.academia.edu/60971209/Os_marcadores_pr%C3%A9_verbais_no_crioulo_de_base_lexical_portuguesa_de_Macau (Дата обращения: 10.02.2023).

I. S. Ravvina

Student of Philological Faculty
Saint Petersburg State University

VERB PERIPHRASES IN THE CREOLE LANGUAGE OF MACAU: ON THE INFLUENCE OF SUPERSTRATE ON THE GRAMMAR OF A CREOLE

Verbal periphrastic constructions, which are widespread in Portuguese, have been described in the largest creole languages based on it (in the languages of Cape Verde, Guinea-Bissau, and others). The presented article analyzes the nomenclature and functioning of verb periphrases in the Portuguese-based Creole language of Macau (based on the all available texts of the second half of the 20th – early 21st centuries). As far as one can judge, earlier Macanese verb periphrases have never become the object of research, despite the fact that they are an important component of the verb system of this creole language.

Key words: the creole language of Macau; Portuguese; verb periphrases; verb categories.

УДК 81'36

Дарья Вячеславовна Радион
студент факультета английского языка
Минский государственный
лингвистический университет
dasha.radions@gmail.com

СЕМАНТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ПРЕДЛОЖЕНИЙ С ГЛАГОЛАМИ РЕЧЕМЫСЛИТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ УЗКОЙ СЕМАНТИКИ

В настоящей статье рассмотрены семантические особенности предложений с глаголами речемыслительной деятельности узкой семантики. Целью статьи является выявление данных особенностей; демонстрация возможной вариативности заполнения аргументных мест в пропозиции участниками ситуации. В модель денотативной области с такими глаголами узкой семантики как *whisper*, *ask*, *shout* и *hiss* входят субъект, объект, адресат; компоненты оценка, инструмент являются комплементарными; компонент цель включен в дефиницию глаголов; в пропозицию в первую аргументную позицию всегда помещается субъект, вторую же могут занимать адресат, оценка, инструмент.

Ключевые слова: глаголы речемыслительной деятельности, денотативный аспект предложения, сигнификативный аспект предложения, центр эмпатии, фокус интереса, участники ситуации, аргументы пропозиции.

Введение

В настоящее время возрастает интерес к языковым аспектам, связанным с выражением речевой деятельности, включая глаголы речемыслительной деятельности. Внимание к этим глаголам обусловлено их центральной ролью в глагольной лексико-семантической системе любого языка. С помощью анализа семантической структуры предложений, содержащих глаголы речемыслительной деятельности (РМД) узкой семантики, нами были обнаружены определенные особенности и причины вариативности семантико-синтаксической структуры предложений с исследуемыми глаголами.

Материалом для анализа послужил текст романа «Гарри Поттер и узник Азкабана» современной английской писательницы Дж. К. Роулинг. Анализ семантики предложений, отражающих разнообразные денотативные области, проводился нами на двух уровнях семантической структуры предложения – денотативном и сигнификативном. Процесс соотнесения данных аспектов требует осуществления двух операций – центра эмпатии и фокуса интереса. Центром эмпатии становится ведущий элемент предложения и занимает первую аргументную позицию в пропозициональной структуре [Иванова-Мицевич 2007: 40]. Фокус интереса, в свою очередь, представляет собой компонент, который наиболее интересен для говорящего и располагается во второй позиции [Иванова-Мицевич 2008: 6].

Цель работы – выделить характерные черты предложений с исследуемыми глаголами речемыслительной деятельности в английском языке с точки зре-

ния семантики, а также проанализировать участников ситуации в различных аргументных позициях пропозициональной структуры предложения.

Объектом исследования являются предложения с глаголами речемыслительной деятельности (РМД) узкой семантики. Предметом изучения служат семантические особенности предложений с данными глаголами.

Основная часть

Глаголы речемыслительной деятельности представляют собой группу глаголов, которые описывают и характеризуют основные этапы речевого процесса и подразделяются на базовые и глаголы узкой семантики. Стоит отметить, что для ввода прямой речи в художественном тексте зачастую используются глаголы, которые в иных позициях не считаются глаголами речемыслительной деятельности [Шишкина2004: 34]. В предложениях, вводящих прямую речь, данные глаголы могут обозначать:

1. Различные звуки: *sing, hiss, roar*: “Ask her now,” Ron **hissed** at Harry [Rowling 1999: 111]¹; “Loony, loopy Lupin,” Peeves **sang** [97]; “Good man, Harry!” **roared** Hagrid [87].

2. Различные явления просодического и паралингвистического характера, сопровождающие речь: *giggle, laugh, sigh*: “Well then, what’s all the fuss about?” **laughed** Fudge [38]; “I know,” **sighed** Hermione [313].

3. Различные явления кинесики: *frown, grin, smile*: “I can’t see Lupin affording something like this,” Harry **frowned** at Ron [164]; “This time tomorrow, the owls will start arriving from parents... They will not want a werewolf teaching their children, Harry,” Lupin **smiled** wryly [308].

В данной статье исследуются семантические особенности предложений с такими глаголами узкого значения, как *whisper* (шептать), *ask* (спрашивать), *shout* (кричать) и *hiss* (шипеть). Прежде всего, была рассмотрена денотативная область, отображенная при помощи предложений с данными глаголами, путем анализа дефиниций, взятых из разных англоязычных словарей [Cambridge Advanced Learner’s Dictionary; Oxford Advanced Learner’s Dictionary of Current English]. В ходе анализа предложений с глаголами РМД узкой семантики мы пришли к выводу, что в денотативную область в основном входят такие участники ситуации, как **субъект** и **адресат**, и, как правило, отображены в поверхностной структуре предложения эксплицитно [Bukhatkina 2017: 19]: “Ready?” **he whispered to Hermione** [301]; “Get out of the way!” **he shouted at Ron and Hermione** [248].

Компонент **цель** отражается в дефиниции большинства исследуемых глаголов РМД узкой семантики и поэтому не выражается эксплицитно (*whisper* – “so that only the person close to you can hear you”; *ask* – “in order to get information”). Данное утверждение верно и для **оценочного** компонента, поскольку в денотативных областях глаголов *whisper* и *shout* элемент **оценка** также изначально присутствует в составе значения глаголов (*shout* – “to speak with a very loud voice, often as loud as possible”). **Инструментальный** компонент выступает исключительно комплементарным [Коренько 2022: 37]: “Why are the Ministry providing cars, Father?” Percy **asked** again, **in a dignified voice** [51].

Была проанализирована пропозициональная структура предложений, а именно вариативность заполнения аргументных мест в пропозиции участниками ситуации. В пропозициональной структуре предложений с глаголами РМД узкой семантики *в первой аргументной позиции* всегда стоит субъект: “*Whatdoyoureckon?*” *Ron asked the cat*[316].

В фокусе интереса, т.е. *во вторую аргументную позицию*, помещаются такие компоненты, как:

1) *адресат*:

“*I trusted you,*” *he shouted at Lupin, his voice wavering, out of control* [251].

“*Ask her now,*” *Ron hissed at Harry* [111].

2) *оценка*:

“*Have either of you ever seen anything in a crystal ball?*” *he asked them unhappily* [234].

The Slytherin table hissed loudly as they passed [222].

3) *инструмент*:

“*Where’s Ron?*” *she whispered in a terrified voice* [245].

“*Any sign of him, Professor?*” *asked Percy in a whisper* [122].

Заключение

Таким образом, модель денотативной области предложений с глаголами РМД узкой семантики в анализируемом произведении включает в себя такие компоненты, как субъект, адресат, цель, инструмент, оценка, однако только определенные элементы ситуации могут быть отражены эксплицитно в поверхностной структуре в зависимости от говорящего. В пропозициональной структуре предложений с исследуемыми глаголами РМД узкой семантики в первой аргументной позиции всегда стоит субъект. Во второй же позиции наблюдается вариативность заполнения аргументных мест, поскольку в фокусе интереса могут находиться различные ситуативные элементы (адресат, инструмент и оценка).

Примечание

1. Далее ссылки на издание *Rowling J. K. Harry Potter and the Prisoner of Azkaban. London: Scholastic Press, 1999. 317 p.* даются с указанием страниц в квадратных скобках.

Список литературы

Иванова-Мицевич И. В. Денотативная область вербального информирования и особенности ее отражения в английском предложении: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04. Минск: МГЛУ, 2008. 24 с.

Иванова-Мицевич И. В. Правила размещения центра эмпатии // Материалы ежегод. науч. конф. преподавателей и аспирантов ун-та, 24-25 апреля 2007 г. : в 5 ч. / отв. ред. Н. П. Баранова. Минск: МГЛУ, 2007. Ч.2. С. 39–42.

Коренько Е. А., Радион Д. В. Семантическая структура предложений с глаголом *say* (на материале романа Дж. К. Роулинг «Гарри Поттер и узник Азкабана») // Материалы ежегод. науч. конф. преподавателей и аспирантов ун-та, 25-29 апреля 2022 г. : в 5 ч. Минск: МГЛУ, 2022. Ч. 3. С. 36–38.

Шушкина Н. М. Национальная специфика полисемии глаголов речевой деятельности в русском и английском языках: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19. Воронеж, 2004. 183 с.

Bukhatkina E. A Formal Marker in the Sentence Structure of Different Languages // 6th International Conference on Meaning and Knowledge Representation, 5-7 July 2017. Saint Petersburg, 2017. P. 19–20.

Cambridge Advanced Learner's Dictionary. Cambridge University Press, 2003. [Электронный ресурс]. URL: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/> (Дата обращения: 12.02.2023).

Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English. 6th Edition. Oxford University Press, 2004. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.oxfordlearners-dictionaries.com/> (Дата обращения: 12.02.2023).

Rowling J. K. Harry Potter and the Prisoner of Azkaban. London: Scholastic Press, 1999. 317 p.

D. V. Radion

Student of English Faculty

Minsk State Linguistic University

**SOME SEMANTIC FEATURES OF SENTENCES WITH VERBS
OF SPEECH-THINKING ACTIVITY OF NARROW SEMANTICS**

The article represents the research of some semantic features of sentences with verbs of speech-thinking activity of narrow semantics. The purpose of the article is to identify these features; to demonstrate the possible variability of filling the argumentative places in the proposition by the situational elements. The denotational field model with such verbs of narrow semantics as *whisper*, *ask*, *shout* and *hiss* includes the subject, object, addressee; the evaluation and instrument components are complementary; the aim component is included in the definition of the verbs; in the proposition, the subject is always placed in the first argumentative position, while the addressee, evaluation or instrument could be used in the second one.

Key words: verbs of speech-thinking activity; denotative aspect; significative aspect; empathy center; focus of interest; situational elements; proposition arguments.

УДК 81'373.612.2

Александра Сергеевна Синявская
студент факультета английского языка
Минский государственный
лингвистический университет
sinyavskaya.alex@gmail.com

ВАРИАТИВНОСТЬ ЗНАЧЕНИЙ АНГЛИЙСКИХ И РУССКИХ ПАРАМЕТРИЧЕСКИХ ГЛАГОЛОВ

В статье раскрывается вариативность значений английских и русских параметрических глаголов, выявление которой осуществлялось на основании данных толковых словарей, сопутствующих иллюстративных примеров и текстовых употреблений. Обосновывается положение о том, что для английских и русских параметрических глаголов характерно образование контекстуального переносного значения, в частности из сферы материального мира в сферу интеллектуального или психоэмоционального.

Ключевые слова: английский язык; русский язык; изменение; параметрические глаголы; прямое значение; переносное значение.

Введение

Во многих языках глагол характеризуется широтой своего содержания. Более того, он вступает в сложные парадигматические и синтагматические отношения со словами субстантивной семантики. Поэтому роль глагола велика в конструировании словосочетаний и предложений. А. В. Бондарко подчеркивал, что лексические компоненты в глагольных значениях тесно переплетены и постоянно взаимодействуют с грамматическими и лексико-грамматическими компонентами [Бондарко 2005: 610], т. е. имеет место соотношение этой части речи с другими лексико-грамматическими разрядами слов определенного класса. Если лексическое значение слова связывать только с этим фактором, то приходится игнорировать назначение слова как номинанты окружающей нас материальной действительности. В этой связи Д. Н. Шмелёв считает, что при определении лексического значения слова невозможно ограничиться собственно языковыми моментами, такими как сочетаемость и соотношение данного слова с другими сопоставленными с ним по определенным признакам [Шмелёв 1977: 293]. Следовательно, значение слова, и, в частности, семантику глагола, необходимо искать в отражении в нашем сознании копий предметов, признаков и отношений, существующих в материальной действительности. Эти копии сохраняются в сознании носителей языка в виде понятия, под которым, согласно Е. К. Войшвилло, понимается мысль, представляющая собой результат обобщения (и выделения) предметов или явлений того или иного класса по более или менее значимым признакам [Войшвилло 1989: 185].

Исходное значение слова обладает прямой предметной соотнесенностью, что составляет онтологическую основу семантики слова. Однако значение слова соотносится с предметами, явлениями и процессами материального мира не

прямо, а через понятие, которое представляет собой отражение существенных и различительных признаков предметов и их движений в реальной действительности. По этому поводу высказался Л. С. Выготский, утверждая, что в слове следует различать две стороны: его 'предметную соотнесенность' и ту систему связей и обобщений, которая стоит за словом и является его значением. Он также показал, что при одной и той же предметной соотнесенности слово может иметь разные значения, и что на последовательных этапах онтогенеза значение слова развивается [Выготский 1956: 32].

Основная часть

Параметрические глаголы в исходном прямом значении обозначают изменение отдельного параметра/свойства/признака с сохранением сущностных характеристик исходного объекта. При этом анализ фактического материала показал, что важным моментом функционирования предикатов изменения в языке является их способность образовывать контекстуальное переносное значение. Данное явление в первую очередь можно наблюдать у подгруппы глаголов изменения физических характеристик.

Так, английские глаголы изменения цвета *blush* 'краснеть', *whiten* 'белеть', *brighten* 'светлеть; делать ярче' наряду со своими основными прямыми значениями *to become redder or darker* 'стать краснее или темнее', *to become white or whiter* 'стать белым или белее', *to become or make something lighter or brighter in colour* 'стать или сделать что-то светлее или ярче по цвету' могут употребляться в следующих значениях:

- *to become red in the face because you're embarrassed or ashamed* 'краснеть оттого, что тебе стыдно',
- *to become pale in the face because of fear* 'побледнеть от страха',
- *to become, feel or look happier* 'стать, чувствовать или выглядеть счастливее' [Синявская 2022: 81]. Например:

(1) *He blushed at the thought of what he'd done* (Cambridge Dictionary) 'Он покраснел при мысли о том, что натворил'.

(2) *Her face whitened when she heard the news* (Oxford Advanced Learner's Dictionary) 'Ее лицо побледнело, когда она услышала новости'.

(3) *Her presence brightens my days* (Cambridge Dictionary) 'Ее присутствие скрашивает мои дни'.

В русском языке данные глаголы также могут функционировать в переносном значении. Глагол *краснеть* – в значении 'стыдиться', *белеть* – в значении 'рассветать', *светлеть* – в значении 'становиться ясным, спокойным, радостным'. Например:

(4) – *Не беспокойся, – ответил Костя, – все будет в порядке. Теперь уже класс не будет за меня краснеть* (Н. Носов. Витя Малеев в школе и дома)¹.

(5) *Белеет восток...* (Л.Н. Андреев. Из жизни штабс-капитана Каблукова).

(6) *На душе у Павла Петровича светлело* (В. Кочетов. Молодость с нами).

Кроме того, английский глагол изменения цвета *pale* 'тускнеть' функционирует не только в своем основном значении *to become lighter than usual in colour* 'становиться светлее обычного цвета', но и в значении *to see less important*

when compared with something else ‘казаться менее важным по сравнению с чем-то другим’. Например:

(7) *Our problems pale into insignificance when compared to theirs* (Oxford Advanced Learner’s Dictionary) ‘Наши проблемы меркнут по сравнению с их’.

В русском языке глагол *бледнеть* также может употребляться в переносном значении ‘терять свою силу, яркость, выразительность’. Например:

(8) *Наверное, в каждом языке можно было бы найти такие красоты, которые утрачиваются или по крайней мере бледнеют в переводе* (Д.И. Писарев. Наша университетская наука).

Далее отметим, что глаголы *melt* ‘таять, плавить(ся)’, *soften* ‘размягчать(ся)’ выражают не только изменения физических характеристик, но и могут описывать уменьшение отрицательного эффекта при употреблении в следующих значениях: *to become or to make a feeling, an emotion, etc. become gentler and less strong* ‘стать или сделать так, чтобы чувство, эмоция и т. д. стали более мягкими и менее сильными’, *to make something weaker* ‘сделать что-то слабее’. Например:

(9) *The tension in the room began to melt* (Oxford Advanced Learner’s Dictionary) ‘Напряжение в комнате начало спадать’.

(10) *Congress will move to soften the law’s impact* (Cambridge Dictionary) ‘Конгресс примет меры по смягчению воздействия закона’.

В русском языке глагол *смягчать* также употребляется со значением ‘делать менее суровым и строгим, более уступчивым, приветливым и т. п.’. Например:

(11) *Покажите мне указ, где написано, что все приглашённые во дворец принцессы обязаны приходить на обед одетыми по моде дроу, – смягчая тон, предложил я дворецкому, и он побледнел ещё больше* (В. Чиркова. Вожак для принцессы).

Стоит отметить, что глагол *melt* ‘таять, плавить(ся)’ может также употребляться в значении *to start to feel love or sympathy, especially after feeling angry* ‘начать чувствовать любовь или сочувствие, особенно после того, как почувствовал гнев’, передавая изменения психоэмоционального состояния. Например:

(12) *He’d been going to refuse, but his heart melted when he saw the children’s faces* (Cambridge Dictionary) ‘Он собирался отказать, но его сердце растаяло, когда он увидел лица детей’.

В русском языке глагол *таять* также имеет значение ‘приходить в умиленное, разнеженное состояние; млеть’. Например:

(13) *Она и гордилась им, и умилялась перед ним и перед собой и своей любовью, и вся млела и таяла от любви к нему* (Л. Толстой. Дьявол).

В свою очередь, глагол изменения плотности/структуры *harden* ‘затвердевать’ может функционировать не только в своем исходных (основном) значении *to become or make hard* ‘стать или сделать твердым’, но и в значении *to become more severe, determined, or unpleasant* ‘становиться более суровым, решительным или неприятным’. Например:

(14) *As the war progressed, attitude son both sides hardened* (Cambridge Dictionary) ‘По мере развития военного конфликта позиции обеих сторон ужесточались’.

Глагол *твердеть* используется в подобном значении в русском языке. Например:

(15) *Обида ощущалась, как опухоль, где-то в горле и все твердела* (М. Горький. Жизнь Клима Самгина).

Выводы

Таким образом, анализ словарных дефиниций, сопутствующих иллюстративных примеров и текстовых употреблений позволил установить, что для английских и русских параметрических глаголов характерно образование переносного значения. Причем перенос чаще всего осуществляется из сферы материального мира (изменение параметров плотности, структуры, цвета и т. п.) в сферу интеллектуального или психоэмоционального. Функционирование параметрических глаголов в представленных значениях можно объяснить тем, что все физические процессы тесно взаимосвязаны с психическими, и зачастую изменение эмоционального состояния сопровождается физическими переменами.

Примечание

1. Здесь и далее примеры на русском языке взяты из *Национального корпуса русского языка* (ruscorpora.ru).

Список источников

Национальный корпус русского языка. 2003–2023. [Электронный ресурс]. URL: ruscorpora.ru (Дата обращения 30.08.2023).

Cambridge Dictionary Online: Free English Dictionary and Thesaurus. [Электронный ресурс]. URL: <http://dictionary.cambridge.org> (Дата обращения 30.08.2023).

Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English. 6th Edition. Oxford University Press, 2004. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.oxfordlearners-dictionaries.com/> (Дата обращения: 30.08.2023).

Список литературы

Бондарко А. В. Теория морфологических категорий и аспектологические исследования. М.: Яз. славян. культур, 2005. 620 с.

Войшвилло Е. К. Понятие как форма мышления: логико-гносеологический анализ. М.: Изд-во МГУ, 1989. 239 с.

Выготский Л. С. Мышление и речь // Избранные психологические исследования. М.: Наука, 1956. 432 с.

Синявская А. С. Реализация принципа речевой системности функционального стиля (на примере английских параметрических глаголов) // Проблемы филологии глазами молодых исследователей [Электронный ресурс]. URL: http://www.psu.ru/files/docs/science/books/sborniki/problemy_filology_2022.pdf (Дата обращения: 30.08.2023).

Шмелёв Д. Н. Современный русский язык: Лексика. М., 1977. 335 с.

A. S. Sinyavskaya

Student of English Language Faculty

Minsk State Linguistic University

VARIABILITY OF MEANINGS OF ENGLISH AND RUSSIAN PARAMETRIC VERBS

The article reveals the variability of meanings of English and Russian parametric verbs, the identification of which was carried out on the basis of data from explanatory dictionaries, accompanying illustrative examples and textual uses. The article substantiates the position that the formation of a contextual figurative meaning is characteristic of English and Russian parametric verbs, in particular, from the sphere of the material world to the sphere of intellectual or psycho-emotional.

Key words: English; Russian; change; parametric verbs; direct meaning; figurative meaning.

УДК 811.161.1

Полина Ильинична Шутемова
студент филологического факультета
Пермский государственный
национальный исследовательский университет
pshutemova@list.ru

АССОЦИАТИВНО-ВЕРБАЛЬНОЕ ПОЛЕ *МОЛОДОСТЬ* (ПО ДАННЫМ ЭКСПЕРИМЕНТА С РОССИЙСКИМИ И КИТАЙСКИМИ СТУДЕНТАМИ)

В статье рассмотрена проблема выявления национально-культурных особенностей русской и китайской языковых картин мира на примере понятия *молодость*. Представлен анализ результатов ассоциативного эксперимента, проведенного с русскими и китайскими студентами. На основании результатов эксперимента построена модель ассоциативно-вербального поля *молодость*. В статье установлено, что частично совпадают ядерные признаки поля, но в ассоциациях китайцев на предложенный стимул преобладают конкретные значения, в ассоциациях русских – абстрактные. Анализ ассоциаций и возрастных границ молодости русских и китайцев позволил выявить сходства и различия исследуемых культур.

Ключевые слова: ассоциативно-вербальное поле; ассоциация; возрастные границы; свободный ассоциативный эксперимент; молодость, языковая картина мира.

Введение

В современных, постоянно изменяющихся условиях, молодость является значимым социокультурным феноменом. Она выступает в качестве главного фактора хорошей и успешной жизни, а также характеризуется как самый яркий и динамичный жизненный этап, как период, когда происходит активное становление человека в личностной и профессиональной сферах. Понятие молодости достаточно специфично, поскольку в языковых картинах мира представителей различных культур – и русской, и китайской в него закладывается свой смысл и значение. Актуальность исследования обусловлена экспериментальным подходом к описанию понятия «молодость» в наивной картине мира русских и китайцев. Описание и сравнение ассоциативно-вербальных полей понятия *молодость* представляет собой интерес, поскольку через смыслы, которые носители языка вкладывают в анализируемое понятие, проявляются социокультурные особенности языковой картины мира. Эти знания являются необходимыми для навыков межкультурной коммуникации, для обучения китайских студентов русскому языку.

Материалом послужили реакции русских и китайских информантов на стимул *молодость*, полученные в ходе проведения свободного ассоциативного эксперимента, и данные о возрастных границах молодости. В эксперименте принимало участие 40 человек: 20 русских и 20 китайских студентов филологов, с обеих сторон было 10 юношей и 10 девушек. Методика исследования состояла из нескольких этапов:

1. Проведение ассоциативного эксперимента с русскими и китайскими студентами филологами.
2. Анализ полученных экспериментальных данных (распределение реакций по тематическим группам).
3. Моделирование полевой структуры понятия *молодость*.
4. Определение структуры ассоциативно-вербального поля *молодость*.
5. Сопоставительный анализ результатов экспериментальных данных.

Теоретическая часть исследования

Понятие *картина мира* считается междисциплинарным, потому что является объектом исследования различных наук: философии, социологии, культурологии, лингвистики и др. Многогранность данного понятия проявляется в том, что его определение и понимание может отличаться в различных научных областях, и в том числе у представителей разных культур и национальностей. Как отмечает В. И. Постовалова, «каждая из картин мира, которая в качестве отображаемого фрагмента мира представляет язык как особый феномен, задает свое видение языка и по-своему определяет принцип действия языка» [Постовалова 1988: 11]. Картина мира является достаточно широким понятием, поэтому возникает потребность рассмотреть ее разновидность – языковую картину мира. В статье мы будем опираться на определение языковой картины мира, предложенное О. А. Корниловым. Он отмечает, «ЯКМ (языковая картина мира) – результат отражения объективного мира обыденным (языковым) сознанием того или иного языкового сообщества» [Корнилов 2003: 112]. Она включает в себя совокупность знаний, которые сложились в конкретном обществе под влиянием экономических, культурных и социальных факторов. Соответственно, «...носители разных языков могут видеть мир немного по-разному, через призму своих языков» [Апресян 1995: 351]. В настоящей работе исследование языковой картины мира позволяет понять, как молодость воспринимается в двух разнородных культурах и языках, как данное явление характеризуют русские и китайцы.

Понятие *молодость* коррелирует с понятием *молодежь*. «Молодость существует не иначе как свойство, точнее, неотъемлемое свойство или атрибут молодежи, носителя и субъекта молодости» [Прохоров, Жирнов 2011: 55]. И.С. Кон утверждает, что молодость как «...этап жизненного цикла биологически универсальна, но ее конкретные возрастные рамки, связанный с ней социальный статус и социально-психологические особенности имеют социально-историческую природу и зависят от общественного строя, культуры и свойственных данному обществу закономерностей социализации» [Кон 1983: 384]. Молодость – это уникальное и значимое явление, которое играет важную роль в жизни современного общества и тем самым образует целостную динамичную систему. Молодежь, в свою очередь, является особой социально-демографической группой и определяет будущее дальнейшего социального развития общества.

Данная статья основана на анализе ассоциативно-вербального поля *молодость*, посредством рассмотрения и описания которого представляется возможность выявить скрытые смыслы, которые русские и китайцы закладывают в

понятие *молодость*. Метод ассоциативного эксперимента (далее – АЭ) в современных лингвистических исследованиях является одним из эффективных инструментов изучения и оценки специфики индивидуального языкового сознания. В роли испытуемого выступает «...личность, носитель сознания, обладающий сложным внутренним миром, принадлежащий той или иной культуре» [Красных 2003: 8]. Метод АЭ является основным в психолингвистических исследованиях и позволяет более полно изучить языковую картину мира конкретной личности, народа, этноса. Процедура проведения АЭ заключается в том, что информанту в качестве реакции (R) необходимо написать первое слово (или словосочетание), первое пришедшее в голову как ответ на предъявленное слово-стимул (S), при этом перед респондентом могут быть поставлены ограничения в выборе реакций. Важным является замечание Р.М. Фрумкиной о том, что слово, первое возникшее в сознании человека, имеет принципиальный характер. У испытуемого не должно быть размышлений насчет того, «...чтобы ему такое сказать и как отреагировать» [Фрумкина 2001: 191].

В рамках исследования был проведен свободный ассоциативный эксперимент, в котором испытуемым не ставилось никаких ограничений на предъявление словесных реакций. Полученные экспериментальные данные позволили представить модель ассоциативно-вербального поля «Молодость». И. А. Стернин подчеркивает, что интерпретация данных АЭ позволяет описать языковую систему и выделить в ней различные связи и отношения между словами: «Описание языкового сознания путем интерпретации результатов ассоциативных экспериментов позволяет моделировать, в частности, ядро и периферию системы языка, структурную организацию лексикона, смысловые группы и их системную организацию, выявить парадигматические и синтагматические связи слов, синонимию, антонимию ...» и т.д. [Стернин 2020: 112]. В данной работе мы будем использовать определение ассоциативно-вербального поля (далее – АВП), предложенного М. Н. Довголюком: совокупность вербальных ассоциатов на слово-стимул, организованная по полевому принципу. Данный термин более точно отражает материал исследования, включающий исключительно словесные ассоциации [Довголюк 2016: 47].

Результаты исследования

В результате проведенного свободного ассоциативного эксперимента было получено 200 реакций: 100 реакций от русских и 100 реакций от китайцев, а также возрастные границы молодости. Интерпретация полученных данных заключалась в распределении реакций по 11 тематическим группам, которые представляют собой различные тематические области АВП *молодость* в сознании русских и китайцев. Количество реакций в каждой группе представлено в процентах. Моделирование поля апробировано в исследованиях Е.Б. Пенягиной [Пенягина 2020: 2021].

Представим модель ассоциативно-вербального поля *молодость* у русских испытуемых (Рис. 1).

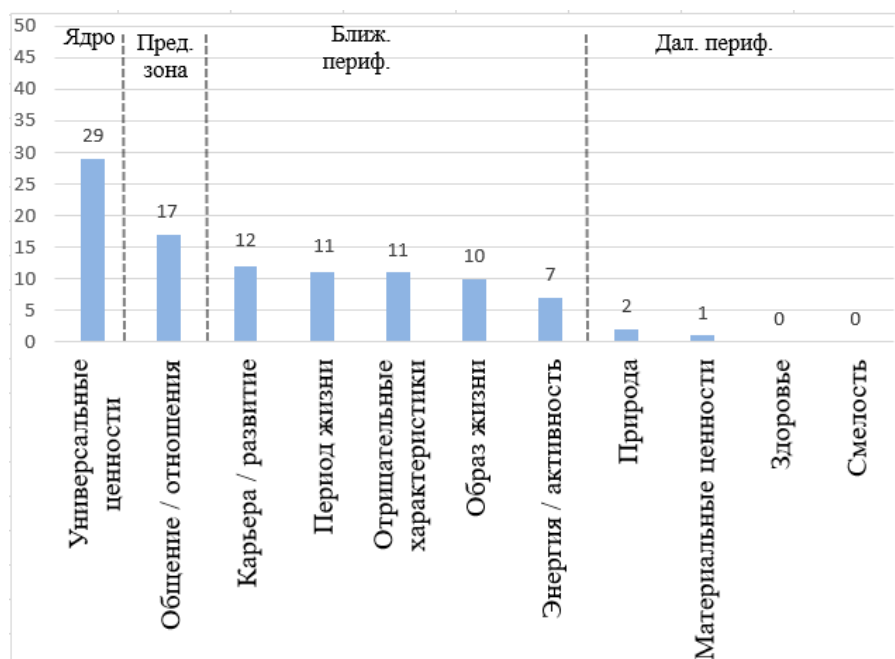


Рисунок 1. Ассоциативно-вербальное поле «молодость» у русских информантов, абс. (%)

У русских информантов достаточно ярко выражено ядро АВП понятия *молодость* – это тематическая группа «Универсальные ценности» – 29%. Частотные ассоциации группы: *веселье* – 6, *свобода* – 5, *вдохновение* – 2, *красота* – 2, *радость* – 2, *счастье* – 2. Можно отметить, у русских понятие *молодость* носит обобщенный характер, т.е. включает в себя явления, которые актуальны и для других людей, независимо от их социального, этнического, культурного происхождения. В предъядерную зону входит группа «Общение / отношения» – 17%. Реакции: *друзья* – 6, *любовь* – 4, *музыка* – 3, *знакомства* – 2. Молодость ассоциируется с дружбой, с поиском спутника, с появлением новых людей в жизни, и с музыкой. Ближнюю периферию образуют пять тематических групп. Первая группа – «Карьера / развитие» (12 %) включает в себя реакции: *учеба* – 2, *опыт* – 2, *открытия* – 2. Молодость у русских информантов ассоциируется с учебой и с получением жизненного опыта. Вторая группа – «Период жизни» (11%) связана с воспоминаниями и периодами возраста. Тематическая группа «Отрицательные характеристики» (11%) представлена единичными ассоциациями: *неопытность*, *нищета*, *непонимание*, *проблемы*. В них отражается несостоятельность молодого человека, и это соотносится с прохождением определенного процесса социализации человека, т.е. с овладением знаний, навыков, позволяющих ему успешно функционировать в обществе. Две последние группы, входящие в ближнюю периферию, описывают жизнедеятельность молодого человека: «Образ жизни» – 10%, «Энергия / активность» – 7%. Частотные реакции: *беззаботность* – 2, *вечеринки* – 2, *ночь* – 2, *расцвет* – 2, *активность*, *полный сил*, *горящие глаза*. Образ жизни молодежи прежде всего связан с беспечностью, с порой веселья и энергичной деятельностью.

К дальней периферии относятся четыре тематические группы. Первая группа – «Природа» – 2 %. Реакции: *воздух*, *холод*. Группа «Материальные цен-

ности» включает в себя довольно неоднозначную реакцию – *жвачка по рублю*, но все-таки это затрагивает тему финансов. Реакции на значения «Здоровье» и «Смелость» у русских информантов не выделяются. Таким образом, ядро АВП *молодость* является ярко выраженным, а дальняя периферия выражена достаточно слабо, так как включает в себя тематические группы с двумя или единичными реакциями.

Рассмотрим модель полевой структуры и содержания понятия *молодость* у китайских информантов (Рис. 2).

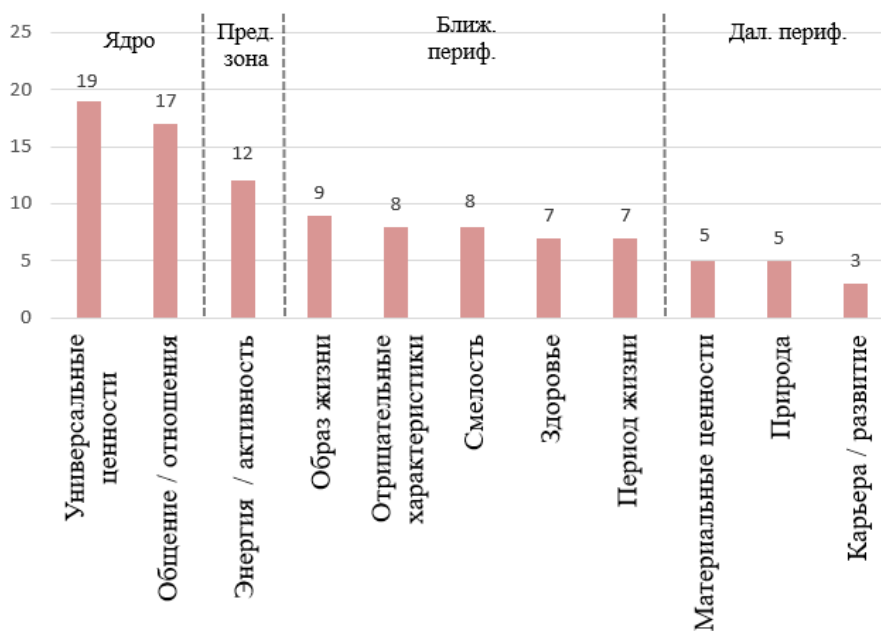


Рисунок 2. Ассоциативно-вербальное поле *молодость* у китайских информантов, абс. (%)

У китайских информантов АВП понятия *молодость* в своей структуре имеет ядро, которое составляют две тематические группы «Универсальные ценности» (19%) и «Общение / отношения» (17%). Ассоциации группы «Универсальные ценности»: *мечта* – 3, *мудрость*, *свобода*, *счастье*, *чистота* и т.д. Ассоциации группы «Общение / отношения»: *страсть* – 4, *иметь друзей единомышленников* – 3, *семейная гармония* – 2, *найти любимого человека*, *завести щенка* и т.д. Как можно заметить, для китайских информантов важны конкретные вещи: сильная любовь, друзья, которые могут разделить личные взгляды и увлечения, крепкие и устойчивые отношения в семье, а также забота о животных, которые тоже являются друзьями человека.

Предъядерную зону образует группа «Энергия / активность» – 12%. Реакции: *энергичность* – 8, *бодрость* – 2, *бурная жизнь*, *расцвет сил*. Молодость у китайцев ассоциируется с огромным количеством энергии, с важностью активной деятельности в жизни. Ближняя периферия представлена пятью группами. Группа «Образ жизни» (9%) включает в себя реакции: *путешествия* – 4, *беззаботность* – 3, *иметь хобби*, *оптимизм*. «Молодость» в данном случае ассоциируется с отсутствием забот и тягой к новым приключениям в жизни. Основу группы «Отрицательные характеристики» (8%) составляют ассоциации, связан-

ные с необдуманными действиями молодых людей. Далее группа «Смелость» (8%) представлена реакциями: *борьба – 3, бесстрашие – 2, смелость – 2, отвага*. По мнению китайцев, молодость связана с проявлением храбрости, с достижением цели, с духом соперничества. В группу «Здоровье» (7%) включены реакции, подчеркивающие важность своего здоровья и здоровья близких. Последняя группа – «Период жизни» (7%). Ассоциации: *взросление – 3, юность – 3, зеленый цвет*. В сознании информантов молодость – это постепенный переход к зрелости, а зеленый цвет символизирует обновление, юность, гармонию.

Дальнюю периферию образуют три группы. Тематическая группа «Материальные ценности» (5%) включает в себя следующие реакции: *иметь достаточно, чтобы воплотить свои мечты в жизнь, наличие большого дома, наличие денег, покупка обуви, отсутствие денег*. Как можно увидеть, деньги являются одной из важных составляющих хорошей жизни, они позволяют осуществить все мечты и планы. Но также присутствует реакция с негативной коннотацией, характеризующая молодость как период отсутствия денежных средств. Рассмотрев группу «Природа» (5%), можно судить, что молодость у китайцев ассоциируется с весной, с периодом, когда обновляется природа, и с летом, вероятно с летними каникулами. Наименьшим количеством реакций представлена группа «Карьера / развитие» – 3%. Реакции, входящие в эту группу непосредственно связаны с образованием, а также со стремлением иметь подчиненных и располагать властью в какой-либо сфере жизни.

Сравним результаты анализа экспериментальных данных русских и китайских информантов (Рис. 3). Обратим внимание на те тематические группы, которые в большей степени отличаются у обеих групп испытуемых.

В ядро АВП понятия *молодость* у русских и у китайских информантов входит тематическая группа «Универсальные ценности». Необходимо обратить внимание на то, что группы имеют разные процентные показатели. Очевидно, что понятие *молодость* в сознании русских представлено весьма абстрактно, а у китайцев имеет более четкие и выраженные границы. Группа «Энергия / активность» более полно представлена у китайцев и входит в предъядерную зону, а русских в ближнюю периферию. Ассоциации, входящие в группу «Образ жизни» в целом совпадают у обеих групп и имеют одинаковый вес, только у русских также присутствуют такие реакции как *вечеринки, ночь, деревня*. Вероятно, русские, в отличие от китайцев, предпочитают вести ночной образ жизни. У русских информантов в тематическую группу «Отрицательные характеристики» входит больше разнообразных реакций, чем у китайских информантов, у них преобладает ассоциация *глупость (3)*. У китайцев выделяются группы «Смелость» и «Здоровье», у русских они вообще отсутствуют.

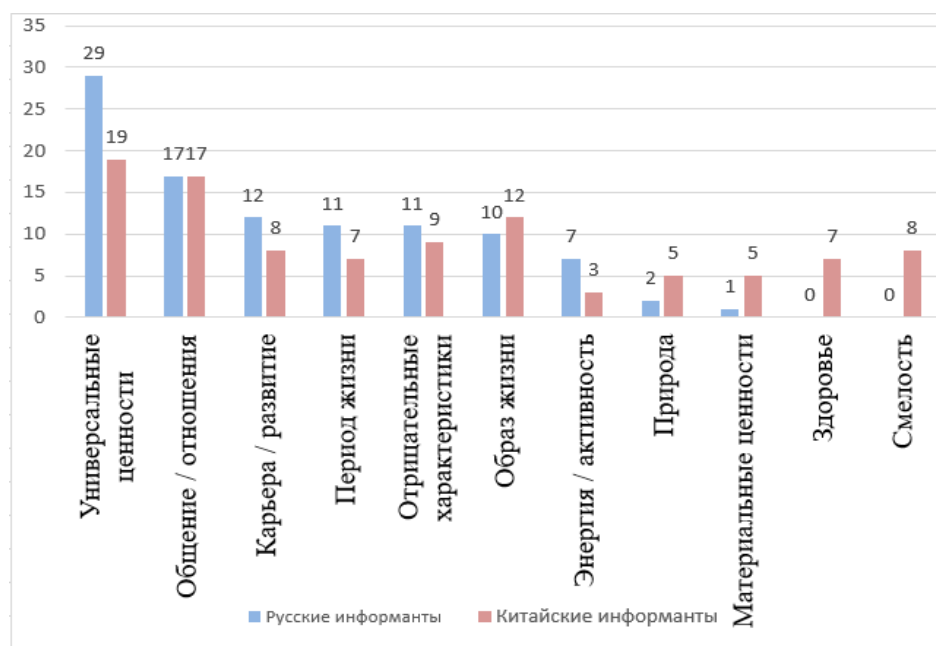


Рисунок 3. Ассоциативно-вербальное поле «молодость» у русских и китайских информантов, абс. (%)

Возраст – это период от рождения человека до настоящего или иного отсчитываемого времени. Соответственно, существуют возрастные разделения периодов жизни, которые, как правило, условны. Например, по данным классификации всемирной организации здравоохранения человек считает молодым до 44 лет. Однако в наивной картине мира складывается другое мнение, отличное от представленных данных. Возрастные границы молодости, данные русскими информантами (табл. 1).

Таблица 1

Возрастные границы молодости в представлении русских информантов

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
16–23	18–25	16–35	19–35	14–30	20–35	17–29	16–26	18–35	16–25
11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
с первого дня рождения до 30	16–30	17–25	18–35	18–35	18–33	18–35	молодость не имеет возраста, это внутреннее ощущение	14–25	15–23

Отдельно стоит отметить две реакции. Первая – «с первого дня рождения до 30», т.е. информант считает, что молодость начинается не с отрочества, а именно с рождения. Вторая – «молодость не имеет возраста, это внутреннее ощущение», т.е. у молодости отсутствуют возрастные рамки, то есть человек может ощущать себя молодым в любом возрасте, это зависит от его принципов и стремлений. Таким образом, для русских границы молодости в среднем варьируются от 15 до 28 лет.

Необходимо также рассмотреть возрастные рамки молодости, данные китайскими информантами (табл. 2).

Исходя из этих данных, можно отметить, что для китайцев молодость наступает раньше, чем для русских, поскольку нижней границей молодости является показатель 10 лет. Возможно, такая цифра зависит от того, что человек в этом возрасте начинает сравнивать себя со взрослыми, и приходит к выводу, что он вроде бы не взрослый, но уже и не ребенок.

Таблица 2

Возрастные границы молодости в представлении китайских информантов

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
10–20	15–30	10–18	12–18	14–18	13–22	12–16	12–18	15–25	–
11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
13–20	13–18	15–30	12–30	16–25	15–25	18–26	18–30	21–22	20–25

Что касается верхней границей молодости – это в пределах от 18 до 30 лет. Так, для китайцев границы молодости в среднем варьируются от 14 до 22 лет. Как можно заметить, границы молодости сильно размыты, поскольку они индивидуальны и их сложно подвести к общепризнанным рамкам.

Заключение

В результате проведенного исследования можно заключить, что АВП «Молодость» отражает фрагмент русской и китайской языковой картины мира. Кроме того, явление молодости в каждой культуре имеет свои характерные особенности. В АВП «Молодость» как у русских, так и у китайцев на 1 и 2 позиции находятся тематические группы «Универсальные ценности» и «Общение / отношения», и также значимой группой для китайцев является «Энергия / активность», которая входит в предъядерную зону. Необходимо также обозначить, что «молодость» у китайцев ассоциируется со здоровьем и смелостью, что нельзя отметить, анализируя реакции русских.

При соотнесении полученных результатов было выявлено, что у китайцев преобладает коллективное мышление, поскольку они на предложенный стимул дают одни и те же ассоциации. Что касается русских респондентов, у них больше развито индивидуальное мышление, так как они дают больше разнообразных реакций на стимул «Молодость». Возрастные границы молодости также отличаются у обеих групп. Если у русских это 15–28 лет, то у китайцев 14–22 года, что указывает на различие культурных особенностей двух национальностей.

Список литературы

Апресян Ю.Д. Избранные труды. том II. Интегральное описание языка и системная лексикография: М.: Школа «Языки русской культуры», 1995. 767 с.

Довголюк М. Н. Ассоциативно-вербальное поле «Армия»: лингвокогнитивный аспект: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01. СПб., 2016. 169 с.

Кон И.С. Философский энциклопедический словарь / гл. ред. Л.Ф. Ильичев и др. М.: Сов. энциклопедия. 1983. 839 с.

Корнилов О.А. Языковые картины мира как производные национальных менталитетов: М.: ЧеРо, 2003. 349 с.

Красных В.В. «Свой» среди «чужих»: миф или реальность? М.: «Гнозис», 2003. 375 с.

Пенягина Е. Б. Вариативность концепта «здоровье»: лингвокогнитивное исследование // Социо- и психолингвистические исследования. 2020. № 8. С. 156–160.

Пенягина Е. Б. Вариативность концепта «деньги»: лингвистическое и когнитивное исследование // Социо- и психолингвистические исследования. 2021. № 9. С. 104–110.

Постовалова В. И. Картина мира в жизнедеятельности человека // Роль человеческого фактора в языке. Язык и картина мира. М.: Наука, 1988. С. 8–69.

Прохоров М.М., Журнов А.А. Социокультурная парадигма изучения молодежи и ее образа жизни // Научный поиск. 2011. №2. С. 55–57.

Стернин И.А. Проблемы интерпретации результатов ассоциативных экспериментов // Вопросы психолингвистики. 2020. № 3 (45) С. 110–125.

Фрумкина Р.М. психолингвистика. М.: Издательский центр «Академия», 2001. 320 с.

P. I. Shutemova

Student of Philological Faculty

Perm State University

ASSOCIATIVE-VERBAL FIELD "YOUTH" (BASED ON THE DATA OF THE EXPERIMENT WITH RUSSIAN AND CHINESE STUDENTS)

The article considers the problem of identifying the national-cultural features of the Russian and Chinese linguistic pictures of the world on the example of the concept of *youth*. The analysis of the results of the associative experiment conducted with Russian and Chinese students is presented. On the basis of the results of the experiment the model of the associative-verbal field *youth* is constructed. The article establishes that the nuclear features of the field partially coincide, but in the associations of the Chinese to the proposed stimulus the concrete meanings prevail, in the associations of the Russians – abstract ones. The analysis of associations and age boundaries of youth of Russians and Chinese allowed us to identify similarities and differences of the cultures under study.

Key words: associative-verbal field; association; age boundaries; free associative experiment; youth; linguistic picture of the world.

СТИЛИСТИКА. ДИСКУРС. ТЕКСТ

УДК 811.111'36

Анастасия Андреевна Баранова
студент факультета английского языка
Минский государственный
лингвистический университет
nastyaterry@gmail.com

РЕАЛИЗАЦИЯ СЕМАНТИКО-СИНТАКСИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРИЧАСТИЙ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА В ГАЗЕТНЫХ И ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ТЕКСТАХ

Причастия английского глагола рассматриваются с точки зрения теории семантического синтаксиса как потенциально-предикативные единицы. Показано, что введение номинативных элементов потенциальной пропозиции в поверхностную структуру предложения является результатом взаимодействия семантики исходного предиката, формы причастия, его синтаксической функции и находится в зависимости от типа текста.

Ключевые слова: семантический предикат; пропозиция; номинативные элементы; причастие; валентность.

Введение

С середины XX в. на стыке синтаксиса и семантики начинает зарождаться новое лингвистическое направление, стремившееся преодолеть противоречия предлагаемых ранее концепций структуры предложения. Новый взгляд на предложение отражается в теориях Л. Теньера, Ч. Филлмора, Н. Хомского.

Л. Теньер отводит центральное место в структуре предложения глаголу, которому непосредственно подчиняются другие элементы – актанты и сирконстанты [Теньер 1988: 117–119]. Эта способность глагола управлять целым предложением получила название валентности, а соответствующая теория – «валентностной».

Важным вкладом в описание предложения как семантико-синтаксической единицы стало генеративное направление в лингвистике, разработанное Н. Хомским. Главным достижением этой теории стало выделение в каждом предложении как поверхностной, так и глубинной структуры. Поверхностная структура предложения формируется путём подстановки лексических элементов в глубинную, абстрагированную от возможных значений. Выбор аргументов для заполнения открываемых позиций происходит с учётом их семантических признаков [Хомский 1972].

Понятие глубинной структуры, количество её элементов и связи между ними более детально описал Ч. Филлмор в своей падежной грамматике. Согласно теории, предложенной Ч. Филлмором, в структуру предложения входит глагол и одна или несколько связанных с ним определённым падежным отношением именных групп. Этот «набор отношений между глаголами и именами (или придаточными предложениями, если таковые имеются), без информации о

времени, отделяемый от того, что можно назвать составляющей «модальность» был назван пропозицией [Филлмор 1981: 502].

Кратко описанные выше теории и другие, возникающие на их основе и развивающиеся в этом направлении, приводят к пониманию предложения как сложной номинативной единицы. Денотатом предложения признается ситуация, в отличие от денотата слова, а сигнификатом – пропозиция, ставшая центральным понятием семантического синтаксиса и его последующих разновидностей, например композиционного синтаксиса [Богушевич 2010: 45-55].

В результате дальнейших исследований было установлено, что ситуация может выступать денотатом не только предложения как единицы, обладающей такой характеристикой, как предикация. Так в лингвистике встал вопрос о существовании не только полных развёрнутых пропозиций, но и их сжатых, свёрнутых вариантов, которые в поверхностной структуре предложения оказываются представлены разнообразными полу- или потенциально-предикативными языковыми единицами.

Таким образом, причастия английского языка, помимо описания их как неличной формы глагола, начинают изучаться и как потенциально-предикативные единицы. Их семантико-синтаксический потенциал позволяет реализовывать валентность исходного предиката. Причастия открывают в своём окружении позиции для номинативных элементов свёрнутых пропозиций, которые могут как получить выражение в поверхностной структуре предложения, так и остаться не актуализированными. Наличие причастия в предложении позволяет добавить в него больше уровней, сделать его более сложным в содержательном плане.

Основная часть

В процессе исследования функционирования непредикатных употреблений причастий (т. е. вне состава предикатной аналитической формы английского глагола) и их семантико-синтаксического потенциала в англоязычных художественных текстах и текстах печатных СМИ нам удалось выявить определённые закономерности экспликации / импликации свёрнутой пропозиции в зависимости от типа причастия (причастие I или причастие II), его синтаксической функции и семантического типа исходного предиката. Для исследования была взята классификация семантических типов предикатов, предложенная А. Даунинг и Ф. Локом [Downing 2006: 140-160].

Было установлено, что форма причастия в определённой степени влияет на сохранение / устранение ожидаемых аргументов пропозиции. *Причастие I* выражает значение активности и процессуальности. Как следствие, ожидается, что семантический субъект свёрнутой пропозиции будет представлен в плане выражения включающего предложения. Экспликация субъекта происходит в большинстве проанализированных употреблений (89%), однако встречаются и случаи устранения этого номинативного элемента из поверхностной структуры предложения. Импликацию семантического субъекта причастия I в 11% употреблений из художественных текстов можно объяснить наличием у причастия I морфологических форм категории залога. *Причастие II*, объединяющее в себе значение пассивности и завершённости, открывает возможность для устранения

семантического субъекта. Однако в большинстве случаев (53% для газетных текстов и 52% для художественных текстов) наблюдалось его введение в поверхностную структуру предложения за счёт предложной группы, начинающейся предлогом *by* (для одушевлённых субъектов) или *with* (для инструментатива).

Например: «*Pakistan has contributed only 0.3% of global emissions, yet it is having to pay, literally, for the greenhouse gases released by other countries*» – На Пакистан приходится всего лишь 0.3% общемировых выбросов углекислого газа, однако государству приходится расплачиваться за парниковые газы, выбрасываемые в атмосферу другими странами (Перевод наш. – А.Б.) [Nakate 2022].

Причастие II *released* ‘выбрасываемый’ образовано от двухвалентного глагола *release* ‘выбрасывать’: *smb releases smth* ‘кто-то выбрасывает что-то’. Семантический субъект действия эксплицируется посредством предложной группы *by other countries* ‘другими странами’, семантический объект также находится в непосредственном окружении причастия.

Было также обнаружено, что наибольшее влияние на экспликацию / импликацию номинативных элементов пропозиции оказывают вербальные предикаты. Правосторонний элемент пропозиции в таких случаях – то, что говорят, спрашивают или сообщают – сохраняется в поверхностной структуре предложения в 100% случаев.

Например: «*While Laurent Berger, head of the moderate CFDT trade union, warned of a “serious democratic crisis” in France, Macron was on a visit to China, where his entourage denied any democratic crisis at home, saying the pensions changes had been central to Macron’s election manifesto and he was voted in based on that manifesto*» – В то время как Лоран Берже, глава Французской демократической конфедерации труда, предупредил о «серьёзном демократическом кризисе» во Франции, Макрон находился в Китае, где его окружение отрицало какой-либо демократический кризис, заявляя, что пенсионные изменения были центральными в предвыборном манифесте Макрона и что за него проголосовали на основе этого манифеста (Перевод наш. – А.Б.) [Chrisafis 2023].

Причастие I *saying* ‘говоря’ (в данном случае английское причастие соотносится с русским деепричастием) образовано от вербального глагола *say* ‘говорить’, открывающего две позиции в структуре пропозиции: *smb says smth* ‘кто-то говорит что-то’. Правосторонний элемент – вербиаж (*verbiage* – в терминологии А. Даунинг и Ф. Лока [Downing: 140-160]) – актуализируется в непосредственном окружении причастия, что можно объяснить его контекстуальной важностью. Левосторонний аргумент – говорящий (*sayer* – в терминологии А. Даунинг и Ф. Лока [Downing, Locke 2006 140-160]) – не связан с причастием синтаксически, так как оно выступает в роли обстоятельства. Этот номинативный элемент, однако, легко можно восстановить из структуры матричного предложения.

При анализе функционирования причастий, образованных от самых частотных материальных предикатов, было отмечено преобладающее влияние других факторов. Одним из этих факторов стала синтаксическая функция причастия, которое может употребляться в качестве определения или обстоятель-

ства. Так, выступая в функции определения, причастие сохраняет прямую синтаксическую связь с семантическим субъектом пропозиции, что позволяет говорить о его экспликации: «*The boy was one of 37 million people facing starvation in the Horn of Africa*» / «Этот мальчик был одним из 37 миллионов людей, голодающих / сталкивающихся с голодом в Сомали» (Перевод наш. – А.Б.) [Nakate 2022].

Причастие I *facing* ‘сталкивающийся’ образовано от глагола *face* ‘сталкиваться’, валентность которого предполагает наличие двух участников ситуации: *smb faces smth* ‘кто-то сталкивается с чем-то’. Оба номинативных элемента эксплицируются: *people face starvation* ‘люди сталкиваются с голодом’. При этом надо особо отметить, что в русском языке причастие согласуется в числе и падеже с определяемым словом, в то время как в английском языке только позиция причастия указывает на его связь с существительным и возможность соответствующих трансформаций.

В функции обстоятельства причастие не имеет непосредственной связи с семантическим субъектом потенциальной пропозиции, что позволяет рассматривать этот номинативный элемент как имплицированный: «*Having typed it out, he flung it under the table, for there had been nothing left from the five dollars with which to buy stamps*» / Закончив писать, он швырнул рукопись под стол, потому что от пяти долларов уже ничего не оставалось: купить марок было не на что (Перевод наш. – А.Б.) [London 2018].

Перфектное причастие I *having typed* ‘написав, напечатав’ образовано от глагола *type* ‘печатать’, открывающего две позиции в пропозиционной структуре: *smb types smth* ‘кто-то печатает что-то’. Правосторонний элемент пропозиции находится в непосредственном окружении причастия (*smb types it*), левосторонний – имплицирован, но легко восстанавливается, поскольку субъект свернутой пропозиции совпадает с субъектом включающего предложения (*he types it*).

Приведём ещё один пример употребления причастия в роли обстоятельства:

«*Finished the sorting, Martin lent a hand in wringing the clothes*» / Покончив с разборкой, Мартин приступил к выжиманию уже выстиранного белья (Перевод наш. – А.Б.) [London 2018].

Причастие II *finished* ‘закончив’ образовано от глагола *finish* ‘заканчивать’, валентность которого предполагает наличие двух участников ситуации (*smb finishes smth*). Эксплицированный объект находится в непосредственной подчинительной связи с причастием, а элемента, вербализующего субъект, нет в непосредственном окружении. В данном примере мы наблюдаем сходство с имплицированными элементами причастия I. Субъект действия так же легко восстанавливается за счёт другой части матричного предложения – это подлежащее *Martin*.

Выводы

Таким образом, можно утверждать, что причастия английского языка активно реализуют свой семантико-синтаксический потенциал и демонстрируют тенденцию к максимально полному представлению в своем окружении номина-

тивных элементов свернутых пропозиций. Тип текста, его функционально-стилистическая отнесенность оказывают существенное влияние на реализацию семантико-синтаксического потенциала причастий английского глагола. Это проявляется как в принципиально более активном использовании причастий вне состава аналитической формы глагола в художественных текстах: почти в два раза по сравнению с текстами печатных СМИ, так и в большей вариативности семантических типов исходных предикатов и тенденцией к более активному использованию причастий I.

Список литературы

Богушевич Д.Г. Основные положения композиционного синтаксиса / Д.Г.Богушевич // Этапы становления композиционного синтаксиса: проблемы и задачи: сб. науч. ст. / редколл.: Д.Г.Богушевич (отв. ред.) [и др.]. Минск: МГЛУ, 2010. 224 с.

Теньер Л. Основы структурного синтаксиса / Л. Теньер. Москва: Прогресс, 1988. 656 с.

Филлмор Ч. Дело о падеже // Новое в зарубежной лингвистике. Москва: Прогресс, 1981. Вып. 10. С. 496-530.

Хомский Н. Аспекты теории синтаксиса / Пер. с англ. Изд-во Московск. Уни-та. 1972. 259 с.

Chrisafis A. French unions to hold day of strikes after talks with prime minister fail. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.theguardian.com/world/2023/apr/06/french-unions-to-hold-day-of-strikes-after-talks-with-prime-minister-fail> (Дата обращения: 29.08.2023).

Downing A., Locke Ph. English Grammar / A. Downing, Ph. Locke. Abingdon: Routledge, 2006. 610 с.

London J. Martin Eden / J. London. М.: T8RUGRAM, 2018. 488 с.

Nakate V. African nations can't 'adapt' to the climate crisis. Here's what rich countries must do. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2022/nov/08/rich-countries-climate-crisis-cop27-africa-loss-and-damage> (Дата обращения: 29.08.2023).

A. A. Baranova

Student of the Faculty of English
Minsk State Linguistic University

SEMANTICO-SYNTACTIC POTENTIAL OF PARTICIPIAL FORMS IN ENGLISH LITERARY AND MASS MEDIA TEXTS

English participles are discussed from the point of view of semantic syntax as units bearing potential predication. It is shown that explication of nominal elements of potential proposition is connected to the semantics of the original predicate, the form of the participle, its syntactic function and is dependent on the text type.

Key words: semantic predicate; proposition; nominal elements; participle; valence.

Юлия Николаевна Виноградова
студент филологического факультета
Череповецкий государственный университет
iunvinogradova@chsu.ru

РИТОРИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ВИДЕОПОЗДРАВЛЕНИЯ КАК ЖАНРА ПОЛИТИЧЕСКОЙ РЕЧИ

Статья посвящена характеристике риторических особенностей видеопоздравления как жанра политической речи на материале новогоднего обращения В. В. Путина за 2023 г. С помощью дискурсивного и лингвостилистического анализа выявляются жанровые признаки видеопоздравления в политическом дискурсе. Углубленный анализ позволяет определить одну из важнейших задач оратора – влиять на индивидуальное и массовое сознание посредством разнообразных языковых средств, а также понять суть его коммуникативных стратегий.

Ключевые слова: риторика; лингвостилистика; политический дискурс; эпидейктический жанр; видеопоздравление.

Введение

Теория ораторского искусства занимает особое место в сфере образования и общественной жизни. Риторика способна не только показать характер человека, но и формировать его мировоззрение при помощи слова. Ещё Аристотель называл слово самым сильным оружием человека. Практическая значимость работы состоит в том, что изучение современной политической риторики позволяет сформировать представление не только о главных лидерах страны, но и о государстве в целом.

Многие лингвисты изучали термин «дискурс». Полисемия термина зафиксирована в «Кратком словаре терминов лингвистики текста» Т. М. Николаевой [1978]. Основные параметры понятия *дискурс*: завершённость, цельность, связность. Таким образом, термин *дискурс* близок по семантике к понятию *текст*. Однако *текст* понимается преимущественно как статичный объект, а *дискурс* носит динамичный характер. Так, дискурсивный анализ включает в себя смысловой, композиционно-речевой, социальный, психологический, политический и другие факторы. «Проникновение в глубинную структуру текста <...> осуществляется через обращение к специфическому социально-историческому контексту» [Чернявская 2002: 129].

Е. И. Шейгал в политическом дискурсе выделяет три основных составляющих: субъект, адресат или содержание речевого произведения [Шейгал 2004]. Следовательно, поздравления, адресантом которых выступает глава государства, можно отнести к сфере политического дискурса.

Видеопоздравление – эпидейктический тип дискурса. «Эпидейктическая речь – это торжественная речь по случаю, имеющая своей целью создание у адресата определённого эмоционального состояния, определённого настроения; это апелляция к активным человеческим чувствам» [Анисимова, Гимпельсон 2002: 267]. Эпидейктическая речь – это речь показательная. Одна из основных

функций видеопоздравлений – установление межличностных отношений. Через пожелания глава государства предстаёт не только как политик, но и как простой человек.

Основная часть

Вышесказанное можно проследить в новогоднем обращении В. В. Путина за 2023 г. Ниже представлен анализ видеопоздравления.

I. Характеристика экстралингвистических факторов

Род речи – социально-политический.

Тип дискурса – эпидейктический.

Форма речи – вторично устная речь.

Сфера и характер общения: сообщение, записанное для общенационального телевидения.

Цель: поздравить граждан России с Новым 2023 г.

Задачи:

- 1) подведение итогов за 2022 г., обозначение текущего положения;
- 2) объединение нации на основе общих ценностей и главенствующей идеологии;
- 3) поздравление народа с праздником, усиление положительного эмоционального состояния, в котором находится адресат.

Статус адресанта: В. В. Путин – действующий президент Российской Федерации;

Статус адресата: граждане России – физические лица, обладающие гражданством Российской Федерации.

Новогоднее обращение В. В. Путина было записано в штабе Южного военного округа в Ростове-на-Дону. Президент выступил в окружении военных, участников специальной военной операции, что сразу обращает внимание слушателя, поскольку такой формат отходит от традиционного. Таким образом, глава государства выражает благодарность армии, солдатам и их семьям, а также подчёркивает их значимость в нынешней ситуации.

Важно отметить, что Новогоднее обращение 2023 г. является самым длинным за все предыдущие годы (9 минут).

II. Композиционные особенности

Видеопоздравление можно разделить на три смысловых блока: вступление, основная часть, заключение.

Тип вступления – естественный. Президент обращается непосредственно к гражданам России, подводит итоги уходящего года. Например, три раза звучит фраза: «*Это был год...*»¹.

В основной части продолжается тема уходящего года, а также обозначается текущее положение. Президент благодарит участников специальной военной операции и граждан России.

Тип заключения – призыв к действию. Владимир Владимирович говорит непосредственно о празднике: предлагает гражданам поздравить всех родных и близких, отпустить все личные обиды и недоразумения.

В целом, речь логически выстроена. Все три блока связаны между собой.

Основные темы, поднимаемые в речи: объединение нации перед общей угрозой; сражение России с неонацизмом на своих исторических территориях; благодарность героям специальной военной операции, а также их родным и близким. Владимир Владимирович выражает признательность и поздравляет граждан с Новым 2023 годом.

Общая идея выступления – это победа. Благодаря тому, что Владимир Владимирович прямо говорит о тяжёлом положении страны, вызывают доверие его слова о том, что будущее страны в безопасности. Владимир Владимирович делает акцент на нравственных качествах, которые помогают народу в текущем положении. Вопреки всем обстоятельствам, за счёт использования тёплых слов создаётся атмосфера праздника и спокойствия.

III. Лингвостилистические средства воздействия на аудиторию

Полный тождественный повтор. Несколько раз в тексте встречаются слова: «России» (8), «дорогие» (6), «будущего» (3), «мужество» (2), «специальной военной операции» (2). Благодаря намеренному повторению, создаётся акцент на важных смысловых блоках. Высказывание «дорогие друзья» звучит 3 раза. Именно это подчёркивает близость политика к народу, что располагает аудиторию.

Частичный лексико-семантический повтор: «бойцам в зоне боевых действий». В видеопоздравлении можно выделить и тематические повторы (Таб. 1).

Таблица 1

Тематические повторы

Патриотизм	«мужество», «героизм», «верность», «преданность», «защищаем», «долг», «защитников», «безопасность», «доблестную службу», «огромная страна», «полной отдачей», «силой духа», «стойкостью», «отвагой», «поддержку», «традиционных семейных ценностей», «уверенности»
Отечество	«граждане», «России», «суверенитет», «родным», «Отечеству», «на наших же исторических территориях», «в новых субъектах Российской Федерации», «Родины», «долг», «предками», «потомками», «страны», «многонациональный народ», «эпохи российской истории», «защитников», «народных», «родную»
Чувства	«любовь», «верность», «преданность», «малодушие», «независимости», «волнениями», «тревогами», «переживаниями», «достоинство», «агрессии», «правда», «мужество», «героизм», «справедливость», «безопасности», «силой духа», «стойкостью», «отвагой», «в их стремлении к справедливому», «милосердие», «солидарность», «действенная отзывчивость», «чуткость», «ответственность», «добросердечие», «искренние», «энергию великодушия», «щедрости», «доверия», «вниманием», «душевным теплом», «восторг», «полной отдачей», «трогательно благодарны», «умеют ценить», «счастья», «обиды», «недоразумения», «нежных чувствах», «благородные чувства», «душевных сил», «уверенности»
Военнослужащие	«ополченцы», «добровольцы», «герои», «участников специальной военной операции», «кто на передовой и прифронтовых рубежах», «кто находится в госпитале», «исполнив свой долг, уже вернулся домой», «кто несёт боевое дежурство», «личный состав Вооружённых сил», «водителям», «железнодорожникам», «врачам», «фельдшерам», «медсёстрам», «медбратьям», «солдат», «раненых мирных жителей», «работников и инженеров наших военных и других заводов», «строителей», «бойцам», «пострадавшим», «семьям погибших бойцов», «героев», «погибших товарищей»
Благодарность	«благодарю вас», «огромное спасибо всем», «благодарю работников и инженеров», «хочу поблагодарить вас», «трогательно благодарны»
Праздник	«сердечно поздравляю», «за новогодним столом», «будут звучать тосты», «отмечали наступление Нового года», «любимым праздником», «встречая Новый год», «подарить», «С Новым годом»

Президент с гордостью говорит о патриотизме граждан, приводит в пример военнослужащих и их семьи. Положительные качества, о которых он говорит в своём выступлении, относятся к гражданам России. Заметно преобладание нравственных ценностей, на которых акцентирует внимание Президент. Глава государства подробно говорит о значимости военнослужащих. Центральное место в видеопоздравлении занимает благодарность героям.

Стилистически маркированная лексика: разговорная («врал», «выхаживают», «затеял»); высокая («судьбоносных», «создаем», «доблестную службу», «доброе сердце», «великодушия», «восторг», «зарницы счастья», «сердечные слова», «благородные чувства»). Заметно преобладание книжной лексики. Интересно, что слова «врал» и «затеял» использованы при описании СВО. А книжная лексика в основном направлена на граждан России, словно подчёркивается любовь и особое отношение к народу. Всё-таки нейтральная лексика лежит в лексической основе видеопоздравления. Она сохраняет возможность точно передать информацию. В этом суть рациональной риторики В. В. Путина – материал должен быть однозначно интерпретируем.

В речи используются контекстуальные синонимы («мужество» – «героизм»; «сражаемся» – «защищаем»; «строим» – «создаем»; «любовь» – «верность» – «преданность»; «предательство» – «малодушие»; «волнениями» – «тревогами» – «переживаниями»; «мужество» – «достоинство»; «защитников Отечества» – «участников специальной военной операции»; «суверенное» – «независимое» – «безопасное»; «не стесняюсь» – «в открытую»; «ослабления» – «раскола») и контекстуальные антонимы («мужество и героизм» – «предательство и малодушие»; «заверяли всех нас в своих мирных намерениях» – «всемирно поощряя неонацистов»; «военные» – «мирных»; «полного разрушения» – «надёжный запас прочности»). В целом, один из основных приёмов – текстовая антитеза. Она реализуется на всех языковых уровнях. Например, понижение интонации Президента, когда он говорит о западных элитах, и добро-сердечный тон, когда он говорит о гражданах России (на фонетическом уровне).

В видеообращении используются также стилистические средства воздействия на аудиторию (Табл. 2).

Таблица 2

Стилистические средства воздействия на аудиторию

Тропы	
Эпитеты	<i>«трудных, необходимых решений», «важнейших шагов», «мощной консолидации», «судьбоносных событий», «большие, кардинальные перемены», «суверенное, независимое и безопасное будущее», «тяжелейшего конфликта», «вдохновляющим примером», «многополярному мироустройству», «доблестную службу», «волшебным даром», «трогательно благодарны», «душевным теплом», «удачный момент», «сердечные слова», «благородные чувства»</i>
Метонимия	<i>«Запад врал», « (запад) готовился к агрессии и сегодня признаётся в этом», «Россия живёт в условиях санкций», «кто несёт боевое дежурство», «они отдали свои жизни»</i>
Метафора	<i>«зарницы счастья»</i>

Фигуры	
Градация	«за родную землю, за правду и справедливость, за то, чтобы гарантии мира и безопасности России были надежно обеспечены»; «борьба за себя, за свои интересы и за свое будущее»
Параллелизм	«Сердечно поздравляю с Новым годом всех участников специальной военной операции, тех, кто сейчас здесь рядом со мной, кто на передовой и прифронтовых рубежах, кто проходит подготовку в учебных центрах, чтобы затем вступить в бой, кто находится в госпиталях, или исполнив свой долг, уже вернулся домой, всех, кто несет боевое дежурство в стратегических подразделениях, весь личный состав Вооруженных сил»
Анафора	«Это был год трудных, необходимых решений...», «Это был год, который многое расставил по местам...», «Это был год поистине поворотных судьбоносных событий...»
Инверсия	«А Украину и ее народ они цинично используют для ослабления и раскола России»
Полисиндетон	«Огромное спасибо всем, кто обеспечивает военные действия: водителям и железнодорожникам, которые снабжают фронт, врачам, фельдшерам и медсестрам и медбратьям, которые борются за жизни солдат, выхаживают раненых мирных жителей. Благодарю работников и инженеров наших военных и других заводов, которые трудятся сегодня с полной отдачей, строителей, которые возводят сегодня гражданские объекты и оборонительные укрепления, помогают восстанавливать разрушенные города и села Донбасса и Новороссии», риторическое обращение: «Уважаемые граждане России, дорогие друзья!»

Стилистические средства воздействуют не только на подсознательные, но и на бессознательные компоненты психики человека.

Жанр поздравления предполагает использование этикетной лексики. Обращение – одна из важнейших формул этикета. Владимир Владимирович несколько раз использует его в своём выступлении: «Уважаемые граждане России, дорогие друзья!», «Дорогие друзья».

Глава государства выражает благодарность участникам СВО, выделяя каждого работника, семьи военнослужащих, граждан России. Это подчёркивает трепетное отношение к каждому человеку.

Выражение пожеланий и напутствий можно поделить на индивидуальные: «Сердечно поздравляю с Новым годом всех участников специальной военной операции» и общие: «С Новым годом, дорогие друзья!».

IV. Паралингвистические особенности; невербальные средства воздействия на аудиторию.

Интонационные средства используются при акцентировании внимания на ключевых моментах. Благодаря паузам в речи Президента, аудитория имеет возможность осмыслить сказанное.

Владимир Владимирович использует логические ударения на тех словосочетаниях, которые желает подчеркнуть: «только вперёд», «главное – судьба России». Голос ровный и твёрдый, это подчёркивает убедительность и уверенность, с которой выступает глава государства.

Мимика сдержанная. На тех моментах, где особенно акцентируется внимание слушателей, президент приподнимает бровь на короткий промежуток времени, что свидетельствует о желании привлечь внимание аудитории. Во время того, как он говорит о западных элитах, заметно, что он слегка хмурит

брови, это говорит о его сосредоточенности. А также видно, что он поджимает губы, что можно интерпретировать как протест.

Президент кивает головой во время своего выступления. Кивок – отличное средство достижения взаимопонимания, согласия и сотрудничества.

В целом, Владимир Владимирович стоит уверенно и твёрдо. Порой заметно, что он слегка покачивается. Это сближает его с аудиторией, поскольку видно, что перед ней стоит живой человек, а не робот. В. В. Путин одет в деловой костюм (чёрный смокинг). Из аксессуаров – галстук серого цвета. Благодаря такому выбору цветовой палитры создаётся нейтральная атмосфера. Яркие же цвета перетягивали бы на себя внимание слушателей. В целом, внешний вид соответствует официально-деловому стилю.

Заключение

Доминантным свойством речи В.В. Путина является логичность. Глава государства непротиворечиво и последовательно выражает слова благодарности, пожелания и напутствия. Выполненный анализ показывает, что речь В. В. Путина доходчивая. Это особенно важно во время новогоднего обращения, поскольку народ эмоционален во время праздника. В.В. Путин является примером блестящего лидера, профессионально владеющего ораторским искусством.

Примечание

1. Здесь и далее все цитаты из источника *Путин В. В.* Новогоднее обращение к гражданам России // *Новости, Выступления и стенограммы.* 2022. [Электронный ресурс]. URL: <http://kremlin.ru/events/president/news/70315>.

Список источников

Путин В.В. Новогоднее обращение к гражданам России // *Новости, Выступления и стенограммы.* 2022. [Электронный ресурс]. URL: <http://kremlin.ru/events/president/news/70315> (Дата обращения: 21.08.2023).

Список литературы

Анисимова Т. В., Гимпельсон Е. Г. Современная деловая риторика. М.: Московский психолого-социальный институт; Воронеж: Издательство НПО «МОДЭК», 2002. 432 с.

Григорьева В. С. Дискурс как элемент коммуникативного процесса: прагматический и когнитивный аспекты. Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2007. 180 с.

Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. Омск: Омск.гос. ун-т, 1999. 285 с.

Карасик В. И. О типах дискурса // *Языковая личность: институциональный и персональный дискурс: Сб. науч. тр.* Волгоград: Перемена, 2000. С. 5–20.

Кудрякова А. С. Речевой жанр поздравления: лингвориторический аспект. М.: Наука, 2006. С. 185–189.

Маринин Ю. Н. Речекомплекс «поздравления» (на материале текста поздравительной открытки). Волгоград, 1996. 34 с.

Николаева Т. М. Краткий словарь терминов лингвистики. М.: Прогресс, 1978. 480 с.

Тарасенко Т. В. Поздравление. Антология речевых жанров: повседневная коммуникация. М.: Лабиринт, 2007. с.195-201.

Чернявская В. Е. Текст и социальный контекст: социолингвистический анализ смыслопорождения. М.: Ленанд, 2021. 208 с.

Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса: дисс. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2000. 431 с.

Y. N. Vinogradova

Student of Philological Faculty
Cherepovets State University

LINGUISTIC AND STYLISTIC FEATURES OF VIDEO GREETINGS AS A GENRE OF POLITICAL SPEECH

The article is devoted to the characteristic of the rhetorical features of video greetings as a genre of political speech based on the material of Vladimir Vladimirovich Putin's New Year's address for 2023. With the help of discursive and linguo-stylistic analysis, genre signs of video correction in political discourse are revealed. In-depth analysis allows us to determine one of the main tasks of the speaker – to influence individual and mass consciousness through a variety of linguistic means, as well as to understand the essence of his communicative strategies.

Key words: rhetoric; linguistics; political discourse; epideictic genre; video greeting.

Дарья Андреевна Габрийчук
магистрант филологического факультета
Донецкий государственный
педагогический университет
darya.gabriychuk@mail.ru

ЛИНГВОСТИЛИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ЭПИТЕТА НА ПРИМЕРЕ СКАЗКИ ДЖ. РОУЛИНГ «КОЛДУН И ПРЫГЛИВЫЙ ГОРШОК»

В статье были рассмотрены лингвостилистические особенности эпитета на примере сказки Дж. Роулинг «Колдун и Прыгливый горшок». Статья посвящена эпитету как стилистическому средству, которое является неотъемлемой частью языковой картины мира. Эпитет представляет собой важную часть любого языка и неразрывно связан с литературными произведениями. В нем раскрывается отношение носителей языка к тем или иным явлениям, которое проявляется в употреблении устойчивых для эпитетов слов.

Ключевые слова: эпитет; стилистическое средство; эмоциональная окраска.

Введение

Эпитет на протяжении веков предоставляет широкие возможности для характеристики любого объекта с пристрастной, субъективной точки зрения автора, что незаменимо в творческой прозе, публицистическом стиле и повседневной речи. Он выражает характеристики объекта, как существующего, так и воображаемого. Его основной особенностью является эмоциональность и субъективность: качество, прилагаемое к объекту для его характеристики, всегда выбирается самим говорящим. Поскольку наша речь онтологически всегда эмоционально окрашена, можно сказать, что в эпитете именно эмоциональное значение слова выдвигается на первый план, чтобы подавить денотационное значение последнего. При длительном и многократном употреблении эпитеты закрепляются. Многие зафиксированные эпитеты тесно связаны с фольклором и восходят к народным балладам, например, *true love – настоящая любовь*, *Merry Christmas! – Счастливого Рождества!* и т.д.

Эпитет – одно из основных лингвостилистических средств, используемых писателями и поэтами для создания ярких и выразительных образов. Он представляет собой краткое и точное выражение какого-либо качества предмета или явления. Использование эпитетов в тексте придает ему эмоциональную окраску, делает его осязаемым и запоминающимся для читателя.

Отечественные лингвисты, такие как Б. В. Томашевский [1959], И. Р. Гальперин [1977], А. А. Потебня [1990], И. В. Арнольд [1999], В. П. Москвин [2001], И. Б. Голуб [2008] уделяли большое внимание изучению природы и функций эпитета, так как художественный текст является источником неисчерпаемого материала для анализа и разработки типологии эпитетов по разным критериям.

По мнению И. Р. Гальперина, эпитет следует понимать как «стилистический прием, который основан на взаимодействии предметно-логического и контекстуального значений в определении, которое может быть выражено словом, фразой, или даже предложением» [Гальперин 1977: 140]. С. А. Губанов подчеркивает, что «эпитеты образуют ядро качественной доминанты текста и организуют пространство повествования, центрируя на себе внимание читателей» [Губанов 2009: 24]. И. Б. Голуб характеризовала эпитет как «образное определение предмета и действия» [Голуб 2008: 138]. И. В. Арнольд полагала, что эпитет – это лексико-семантический троп, выполняющий функцию обстоятельства, определения или обращения [Арнольд 1999: 88].

В. А. Кухаренко по семантике выделяет эмотивные (служат для передачи эмоциональной оценки объекта говорящим) и образные (образуются из метафор, метонимий и сравнений) эпитеты.

По структуре эпитеты подразделяются на:

- 1) простые (single epithets): *the frowning cloud*;
- 2) двухкомпонентные (two-step epithets): *wonderful and incomparable beauty*;
- 3) фразовые (phrase-epithets): *the sunshine-in-the-breakfast-room smell*;
- 4) инвертированные (inverted epithets): *this devilish woman*;
- 5) формирующие группу/цепочку (chains or strings): *You're a scolding, unjust, abusive, aggravating, bad old creature* [Кухаренко 2000: 23-24].

Существует множество эпитетов, которые классифицируются О. Smochin в соответствии с их субъективным или объективным характером оценки объекта:

1. Типизирующие эпитеты (typifying epithets) – тип эпитета относится к усилению качества или черты, которые типичны для существительного, то есть которые по своей природе являются его частью, например, *the dry fields of the Middle East*, что в переводе означает *засушливые поля Ближнего Востока*;

2. Метафорические эпитеты (metaphorical epithets) – разновидность эпитетов состоит из метафор, качество которых приписывается существительному самой метафоры или добавляется к нему. Пример: классический *crystalline brake* – *кристаллический тормоз* испанского поэта Луиса де Гонгоры, обозначающий медленное течение вод;

3. Уничижительные эпитеты (pejorative epithets) – это те, которые проявляют и подчеркивают негативные черты сопутствующего существительного. Как правило, они имеют субъективную ценность. Например, *I don't feel like going to boring math class.* – *Мне не хочется идти на скучный урок математики*;

4. Одобрительные эпитеты (appreciative epithets) – этот тип эпитета направлен на субъективное выделение положительных качеств и характеристик существительного. Пример: *How delicious was the salad I ate yesterday!* – *Каким вкусным был салат, который я ела вчера!*;

5. Выразительные эпитеты (emphatic epithets) – это те эпитеты, которые конкретно отвечают за усиление определенной характеристики существительного, к которому они добавляются. Примером может служить предложение: *The country has become a decadent circus run by a clown.* – *Страна превратилась в декадентский цирк, управляемый клоуном*;

6. Прилагательные эпитеты (appositive epithets) – те, которые выделяются запятыми, чтобы сохранить внимание и заинтересованность получателя. В качестве примера может служить следующее предложение: *His sad, gloomy, desolate soul.* – *Его печальная, мрачная, опустошенная душа;*

7. Эпические эпитеты (epic epithets) сопровождают имя персонажа в романах, особенно в эпопеях. Пример: *Rodrigo Díaz de Vivar, the Cid Campeador* – *Родриго Диас де Вивар, начальник уголовного розыска;*

8. Гомеровские эпитеты (Homeric epithets) типичны для эпосов и берут свое начало в Древней Греции. Например, *Athena, the one with the bright eyes* – *Афина, та, у которой блестящие глаза;*

9. Сюрреалистические эпитеты (surreal epithets) – данные типы эпитетов придают существительному воображаемые и нереальные качества. Примером может служить: *Incandescent tears* – *Раскаленные слезы* [Smochin].

Согласно классификации О. Smochin, можно охарактеризовать наиболее распространённые классификации эпитетов следующим образом:

1. Семантические эпитеты можно разделить на две группы:

а) ассоциативный – это указание на особенность, которая существенна для объекта; они описывают идею, которая в определенной степени присуща концепции объекта, например, *темный лес;*

б) несвязанные – это атрибуты, используемые для характеристики объекта путем добавления функции, которая ему не присуща; это удивит читателей неожиданностью и новизной; как правило, они используются для описания юмора, например, *обычное письмо, обычный вопрос;*

Нет четкого барьера между ассоциированными и несвязанными эпитетами. Иногда трудно провести различие между этими двумя понятиями – *беспокойное море.*

2. Различаются образные и нефигуративные эпитеты в зависимости от их образной основы. Образные эпитеты являются метафорическими – *лисьи судьбы, метонимический – Холодная война, золотые годы.*

3. Со структурной точки зрения эпитеты могут быть простыми, составными – *улыбка, обжигаящая сердце*, выраженные фразой – *никчемного папы сын*, или предложением – *он говорил в манере «что-ты-собираешься-с-этим-делать».*

4. Изначально эпитеты могут быть традиционными, языковыми (выразительные средства языка) – *темный лес, холодная война* и уникальными, речевыми (стилистический прием, который всегда субъективен, нов, передает оценку и модальности) – *радостная горная вершина* – эпитет, основанный на метонимическом перифразе [Smochin].

Основная часть

В нашем исследовании мы провели выборку эпитетов из сборника «Сказки Барда Бидля» Дж. Роулинг на примере сказки «Колдун и Прыгливый горшок». Мы придерживаемся классификации В. А. Кухаренко и пришли к таким выводам, что чаще всего автор сказки использует простые эпитеты. Например, *hopping pot* – *прыгливый горшок; the true source of his power* – *истинный источник своего могущества; lucky cooking pot* – *счастливый котелок; a goodly age* – *глубокая старость; a gentle father* – *кроткий отец; a soft, thick slipper* – *пуши-*

стая, домашняя тапочка; *warty pot* – бородавчатый котелок; *old cooking pot* – старый кухонный горшок; *the tormenting pot* – горшок-мучитель. Реже использовались фразовые эпитеты, например, *well-beloved wizard* – всеми любимый волшебник; *the son cursed his father's age-softened mind* – сын обругал отца, от старости ослабевшего разумом; *the brass-footed pot* – горшок на медной ножке.

В. А. Кухаренко по семантике выделяет эмотивные (служат для передачи эмоциональной оценки объекта говорящим), например, *a gentle father, the true source of his power, a goodly age, a soft, thick slipper, old cooking pot, well-beloved wizard* и образные (образуются из метафор, метонимий и сравнений) эпитеты, например, *hopping pot, cooking pot, warty pot, the tormenting pot, the son cursed his father's age-softened mind, the brass-footed pot*. Все эти эпитеты помогают создать образы героев, которые запоминаются читателю и оставляют яркое впечатление об описываемом объекте.

Анализ источников позволил выделить нам следующие функции эпитетов:

- раскрыть индивидуальное эмоционально-окрашенное отношение автора к предмету, который он описывает;
- придать художественную, поэтическую яркость речи;
- акцентировать черту (качество) предмета или персонажа, подчеркнуть его индивидуальный признак;
- раскрыть чувства героя.

В следующих примерах мы можем наблюдать каждую из приведенных выше функций:

«*Rather than reveal the true source of his power, he pretended that his potions, charms and antidotes sprang ready-made from the little cauldron he called **his lucky cooking pot***» [Rowling 2008: 3]. В данном предложении автор преувеличивает силу горшка. В сказке говорится о том, что отец волшебника варил все зелья, амулеты и противоядия в этом горшке, что на самом деле не соответствует предшествующей истории. Старый волшебник любил помогать людям при помощи магии и заклинаний, а горшок – это просто атрибут;

«*This **well-beloved wizard** lived to **a goodly age**, then died, leaving all his chattels to his only son*» [Rowling 2008: 4]; «*This son was of a very different disposition to his **gentle father***» [Rowling 2008: 4]. Здесь автор создает позитивный образ старого волшебника и подчеркивает его индивидуальные качества;

«*He opened it, hoping for gold, but found instead **a soft, thick slipper, much too small to wear, and with no pair***» [Rowling 2008: 4]. В данном предложении автор раскрывает индивидуальное эмоционально-окрашенное отношение персонажа к предмету, то есть «тапочке», которую он описывает;

«*The son cursed his **father's age-softened mind**, then threw the slipper back into the cauldron, resolving to use it henceforth as a rubbish pail*» [Rowling 2008: 4]. На этом примере Роулинг благодаря эпитету «смягчает» описание выжившего из ума старого волшебника и передает раздражение его сына, который хотел найти золото, а получил невменяемый горшок;

«*At once there came a loud clanging and banging from his kitchen. The wizard lit his wand and opened the door, and there, to his amazement, he saw his father's old cooking pot: **it had sprouted a single foot of brass, and was hopping on the spot,***

in the middle of the floor, making a fearful noise upon the flagstones» [Rowling 2008: 5] В данном предложении автор «оживляет» горшок: у него есть одна нога, что свойственно людям, а не предметам быта, ко всему он еще прыгал посреди комнаты и издавал разные звуки;

«*The wizard could not sleep all night for the banging of the warty old pot by his bedside, and next morning the pot insisted upon hopping after him to the breakfast table*» [Rowling 2008: 6]. «*And now the tormenting pot filled to the brim with salt water, and slopped tears all over the floor as it hopped, and brayed, and groaned, and sprouted more warts*» [Rowling 2008: 8]. В этих примерах Дж. Роулинг придает художественную, поэтическую яркость описания горшку. Эти эпитеты помогают раскрыть индивидуальное эмоционально-окрашенное отношение автора к ключевому предмету повествования.

Заключение

Таким образом, эпитет является типичной фигурой для сказки. Из выборки можно сделать вывод, что авторский стиль Дж. Роулинг характеризуется богатым набором экспрессивно-стилистических и эмоционально-стилистических элементов значения, за счет чего высказывания могут приобретать переносный смысл, создавая неповторимые авторские зрительные и акустические образы. Эпитеты, которые использует автор в своих произведениях, направлены на создание незабываемой сказочной атмосферы, ярких и красочных образов героев. С их помощью писатель вызывает у читателя большой эмоциональный отклик и заставляет в полной мере прочувствовать события сказки, стать её полноправным участником.

Список литературы

Арнольд И. В. Семантика. Стилистика. Интертекстуальность: сб. ст. / под ред. П. Е. Бухаркина. СПб. 1999. 444 с.

Гальперин И. Р. Стилистика английского языка. М.: Высшая школа, 1977. 336 с.

Голуб И.Б. Стилистика русского языка. М.: Айрис-Пресс, 2008. 448 с.

Губанов С. А. Эпитет в творчестве М.И. Цветаевой: семантический и структурный аспекты: автореф. дис... канд. филол. наук : 10.02.01. Самара, 2009. 24 с.

Кухаренко В. А. Практикум зі стилістики англійської мови. Вінниця: Нова книга, 2000. 160 с.

Москвин В. П. Типология повторов как стилистической фигуры // Русский язык в школе. / В. П. Москвин. // Волгоградский государственный социально-педагогический университет. 2001. № 5. С.81–85.

Потебня А. А. Теоретическая поэтика. / А. А. Потебня. М. : Высшая школа, 1990. 344 с.

Томашевский Б. В. Стилистика и стихосложение: курс. / Б. В. Томашевский. Л.: Учпедгиз, 1959. 525 с.

Rowling J. K. The Tales of Beedle The Bard // J. K. Rowling Children's High Level Group. Great Britain. Bloomsbury, 2008. 132 p.

Smochin O. The epithet and its classification. [Электронный ресурс]. URL: <https://pdfslide.us/documents/the-epithet-and-its-classification.html?page=25> (Дата обращения 25.08.2023).

D. A. Gabriychuk

Master Student of Philological Faculty

Donetsk State Pedagogical University

LINGUISTIC AND STYLISTIC FEATURES OF THE EPITHET ON THE EXAMPLE OF THE FAIRY TALE BY J. ROWLING “THE WIZARD AND THE HOPPING HOT”

In this article, the linguistic and stylistic features of the epithet were considered on the example of the fairy tale “The Wizard and the Hopping hot” by J. Rowling. The article is devoted to the epithet as a stylistic means, which is an integral part of the language picture of the world. The epithet is an important part of any language and is inextricably linked with literary works. It reveals the attitude of native speakers to certain phenomena, which is manifested in the use of words resistant to epithets.

Key words: epithet; stylistic device; emotional colouring.

УДК 81'373.612.2

Светлана Сергеевна Добрецова
студент филологического факультета
Пермский государственный
национальный исследовательский университет
svvedo@yandex.ru

**МЕТАФОРА КАК СПОСОБ ХУДОЖЕСТВЕННОГО
ОТРАЖЕНИЯ ДЕЙСТВИТЕЛЬНОСТИ
(НА МАТЕРИАЛЕ РОМАНА А.В. ИВАНОВА «ГЕОГРАФ ГЛОБУС ПРОПИЛ»)**

В статье рассматриваются метафорические единицы разной структуры, объединённые в несколько групп на основе функционально-семантического критерия. Интерпретация метафор позволяет сделать вывод о том, что они являются не просто средством художественной выразительности, но и выступают как инструмент передачи авторского взгляда на окружающую действительность, т.е. несут концептуальную нагрузку в рамках художественного произведения.

Ключевые слова: метафора; семантическая функция; современная проза; Алексей Иванов; художественная концепция.

Введение

Актуальность работы заключается в том, что, во-первых, в последние десятилетия возрос интерес к изучению функциональной роли выразительных средств языка в различных областях коммуникации. Так, всё чаще отмечается проникновение метафоры в тексты нехудожественного характера, что, безусловно, позволяет говорить о метафоре как о чём-то большем, чем только как о средстве художественной выразительности. Во-вторых, творчество А. В. Иванова отражает тенденции современной русской художественной литературы. Его произведения достаточно популярны в России: их читают люди разных возрастов и профессий, по ним ставят спектакли в театрах и снимают фильмы. В нашей работе немаловажным является и интерес к региональному аспекту, поскольку в романе описываются события, происходящие в городе Перми.

Объектом исследования является текст романа Иванова «Географ глобус пропил», предметом – особенности авторского использования метафор в данном произведении. Цель исследования состоит в определении функциональной роли метафор в творческом процессе создания и организации идейно-тематического и образного планов произведения.

Уже в Античные времена люди начали задумываться о феномене метафоризации. Само появление понятия «метафора» (греч. *metaphora*) связывают с именем Аристотеля, который впервые дал наиболее точное и до сих пор актуальное определение данному понятию: в своём труде «Поэтика» учёный «описал метафору как способ переосмысления значения слова на основании сходства» [Скляревская 1993: 3]. Для сравнения приведём трактовку понятия мета-

форы в толковом словаре Ожегова и Шведовой: «Вид тропа – скрытое образное сравнение, уподобление одного предмета, явления другому (напр. чаша бытия), а также вообще образное сравнение в разных видах искусств» [Ожегов, Шведова 1999: 526]. На сегодняшний день явление метафоризации исследуется в более глубокой связи с человеком и обществом в целом. Н.Д. Арутюнова отмечает, что «центр тяжести в изучении метафоры переместился из филологии (риторики, стилистики, литературной критики), в которой превалировали анализ и оценка поэтической метафоры, в область изучения практической речи и в те сферы, которые обращены к мышлению, познанию и сознанию, к концептуальным системам и, наконец, к моделированию искусственного интеллекта» [Арутюнова 1999: 18].

Так, в своём исследовании при понимании метафоры мы будем отталкиваться от этой основополагающей её характеристики – способности переносить свойства одного предмета или явления на другой на основании их сходства. Именно то, какие аналогии и подобия возникали в сознании автора при написании романа «Географ глобус пропил» и чем они могли быть вызваны, составляет интерес настоящего исследования.

А. В. Иванов родился в 1969 г. в Нижнем Новгороде, школьные годы его прошли в Перми. Рассматриваемый нами роман был создан писателем в 1995 г., в самый разгар перестроечных процессов, охвативших Россию после распада СССР. Безусловно, эти одни из самых серьёзных и важнейших для российской истории изменения коснулись жизни всего общества. Кризис случился, пожалуй, во всех её сферах – политической, экономической, духовной, социальной. Для простых людей, к которым относился и молодой писатель Иванов, было очевидно только одно: как прежде уже не будет; но что ожидать от ближайшего будущего, во что верить, как жить – было неизвестно. В романе «Географ глобус пропил» описывается поколение нестабильных 1990-х гг., освещаются негативные стороны жизни общества (кризис семейных ценностей, трудное экономическое положение страны и бедность простых людей, пьянство, жестокость по отношению друг к другу и т.п.), поднимаются проблемы школы и молодого поколения эпохи.

Лингвостилистический анализ романа

В процессе лингвостилистического исследования текста романа нами было выявлено большое количество разнообразных метафорических единиц разной структуры; на основе функционально-семантического критерия все единицы были распределены нами по нескольким группам. Назовём их и проанализируем несколько примеров.

1. Метафоры, отражающие негативное (мрачное, тревожное, агрессивное, болезненное) состояние природы

«Небо нехотя повторяло рельеф увалов, но у горизонта бессильно свисало до самых еловых верхушек» [Иванов 2013: 311]. Здесь обращает на себя внимание настроение и состояние, которыми автор наделяет небо. Это апатия, полное бессилие, проявляющееся в нежелании делать даже то, что оно по сути своей не делать не может – повторять рельеф холмистой поверхности. Когда же

она заканчивается, небо, наконец, без сил свисает «до самых еловых верхушек»: они будто поддерживают небо, не дают упасть ему окончательно.

«Снега стали зеркальными и кроваво полыхали» [Иванов 2013: 313]. В данной метафоре речь идёт о том, как заход солнца отразился на большом количестве нетронутого снега в дикой природе. Этот яркий закат трансформируется в творческом сознании автора в образ, связанный с огнём, с кровью, причём в соединении с холодным снегом. Так, объединяются противоположные понятия – *горячий* – *холодный*, – что может указывать на отсутствие некоей жизненной определённости, уверенности, понимания – что плохо, а что хорошо и т.д. Некоторую тревожность вызывает и метафорический эпитет *кроваво* (см. одно из значений: «кровопролитный, сопровождающийся множеством жертв, гибелью людей» [Ожегов, Шведова 1999: 401]).

«Небо над ними было беспорядочно исцарапано зигзагами созвездий» [Иванов 2013: 322]. Вновь отмечаем негативную коннотацию: автор отнюдь не стремится передать красоту звёздного неба, как это часто можно заметить в текстах других писателей (таково, например, описание ночного неба в «Записках охотника» у И. С. Тургенева: «Бесчисленные золотые звезды, казалось, тихо текли все, наперерыв мерцая, по направлению Млечного Пути...» [Тургенев 2016: 126]). У Иванова небо оказывается изувеченным, причём «раны» ему нанесло то, что всегда было рядом, точнее говоря, являлось его частью: разлад происходит даже среди неотделимых друг от друга вещей. Примечательно и то, что автор уточняет метафорический образ словом «зигзаги», что усиливает семантику резкого, острого и болезненного.

2. Метафоры, подчёркивающие дисгармонию в предметном (материальном) мире

«Пустой вагон был полон белого известкового света...» [Иванов 2013: 275]. Вданном примере привлекает внимание метафорический эпитет *известковый*. Сравнивается белизна света с белизной извести, однако если льющийся свет сам по себе чистый и ясный, то известковая белизна в связи со своей материальностью – загрязняющая и застилающая взор. Таким образом, мы снова видим смешение противоположных явлений: то, что должно освещать, выводить из темноты и мрака, становится неспособным на это.

«Электричка завывала, притормаживая, и под полом вагона инфарктно заколотилось её металлическое сердце» [Иванов 2013: 275]. Автор использует приём олицетворения, описывая остановку электрички. Звук, возникающий при этом, отчего-то превращается в вой (может указывать на «протяжные, заунывные, тревожные звуки» [Ожегов, Шведова 1999: 93]), и у электрички обнаруживается колотящееся сердце. Давая характеристику этому действию, автор подбирает сразу же обращающий на себя внимание эпитет «инфарктно». Вероятнее всего, в сознании большинства носителей языка инфаркт представляется чем-то опасным, угрожающим жизни того, у кого обнаруживается данная патология. В данном случае под угрозой находится неодошевлённый предмет. Так, в романе Иванова даже неживые предметы ощущают на себе всю тягостную и напряжённую обстановку того времени.

«Дорога улетала..., устремившись к какой-то своей неведомой цели» [Иванов 2013: 276]. Дорога в переносном значении может рассматриваться как некий жизненный путь. В этой метафоре автор делает акцент на том, что цель, к которой устремлена дорога, – неведомая. Если, к примеру, рассматривать дорогу как символ направления, по которому движется Россия, то в авторском сознании это быстрый, в каком-то смысле бесповоротный (*«дорога улетала»*), неизвестный и от этого сомнительный путь.

3. Метафоры, выражающие внутренний мир героев

«Тут он нутром почувствовал, как чёрная пустота, разъедая, растекается над страной, и всё зло, что раньше было крепко сковано и связано, освободилось и теперь только выжидает» [Иванов 2013: 128]. Данная цитата взята из главы «В тени великой смерти», в которой описывается два дня из жизни главного героя, когда он ещё сам был подростком и учился в школе. Чувства юноши, описанные автором при помощи метафоры, были вызваны смертью Л.И. Брежнева, и это достаточно показательно, поскольку сам автор вводит в ткань произведения социально-политический аспект. Брежнев занимал высшую руководящую должность в Советском Союзе в течение 18 лет: этот период считается одним из самых стабильных в социальном плане. Далее же начались события, которые постепенно привели к коренным изменениям в России – распаду СССР и созданию РФ. При помощи данной метафоры поднимается проблема смены эпох в стране и вместе с тем чётко вырисовывается идея автора о том, что изменения эти резко негативного характера. Так мы видим границы этого ощущения дисгармонии, неустроенности, тревожащей неизвестности: *«чёрная пустота, разъедая, растекается над страной»* (подобно опасной химической жидкости). А абстрактное понятие зла приобретает материальную оболочку и становится живым, при этом оставаясь самим собой. При помощи глагола «выжидает» поддерживается семантика напряжения и страха.

«Из футбольного мяча его души весь воздух вышел, и сейчас душа валялась в теле где-то на дне, как смятая газета в урне» [Иванов 2013: 147]. Сначала душа героя сравнивается со сдутым футбольным мячом, что явно указывает на опустошение. Это чувство усиливается последующей метафорой и сравнением: душа, которая должна наполнять человека всего, оказывается «валяющейся» в нём «где-то на дне». Так, душа героя сдулась, смялась, словно газета, и даже чуть ли не умерла.

«– Мелочь, – согласился Служкин. – Но именно мелочи глубже всего задевают. Так вроде уже со всех сторон корой зарос, и вдруг – бац...» [Иванов 2013: 245]. Здесь мы можем наблюдать метафору «корой зарос», использующуюся главным героем для, опять же, выражения его внутреннего состояния. Только в данном случае оно не преходящее, а, наоборот, устоявшееся: «обрастание корой» происходит медленно, вследствие многих жизненных обстоятельств и трудностей. Так, можно отметить семантику твёрдости: чем больше коры, тем крепче будет дерево, равно как и человек в своём характере. Но вместе с тем происходит и утрата чувствительности, эмпатии. Именно поэтому крупные неприятности уже не задевают Служкина – он «корой зарос», словно у героя к

ним выработался иммунитет; и только мелочи способны вывести его из этого мнимого душевного равновесия.

Выводы

Анализ языка рассматриваемого текста показал, что с помощью метафоры передаётся общая негативная тональность текста романа, возникающая в связи с его идейно-тематическим комплексом: своё видение переломного момента в российской истории автор во многом передаёт посредством метафорического описания; метафора выступает как стилистический приём речевой организации всего произведения.

Список источников

Иванов А. Географ глобус пропил. М.: АСТ, 2013. 448 с.

Список литературы

Арутюнова Н.Д. Язык и мир человека. Москва: Языки русской культуры, 1999. 896 с.

Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка. М.: Азбуковник, 1999. 944 с.

Склярёвская Г.Н. Метафора в системе языка. СПб.: Наука, 1993. 152 с.

Тургенев И.С. Записки охотника. Муму. М.: АСТ, 2016. 480 с.

S. S. Dobretsova

Student of Philological Faculty
Perm State University

METAPHOR AS A WAY OF ARTISTIC REFLECTION OF REALITY (BASED ON THE MATERIAL OF A.V. IVANOV'S NOVEL "THE GEOGRAPHER DRANK HIS GLOBE AWAY")

The article deals with metaphorical units of different structures, combined into several groups based on the functional-semantic criterion. The interpretation of metaphors allows us to conclude that they are not just a means of artistic expression, but also act as a tool for transmitting the author's view of the surrounding reality, i.e. they carry a conceptual load within the framework of an artistic work.

Key words: metaphor; semantic function; modern prose; Alexey Ivanov; artistic concept.

УДК 811.111'366.594

Ксения Вячеславовна Лисовская
студент факультета английского языка
Минский государственный
лингвистический университет
ksenia.lisovskaya@yandex.by

СОСЛАГАТЕЛЬНОЕ НАКЛОНЕНИЕ КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ ИЛЛОКУТИВНОЙ СИЛЫ РЕЧЕВОГО АКТА В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Цель исследования состоит в выявлении прагматических особенностей речевых актов на английском языке, содержащих формы сослагательного наклонения. Анализ речевых актов из англоязычных пьес конца XIX–XX вв., показал, что одна и та же синтаксическая структура, содержащая формы сослагательного наклонения, может обладать разной иллокутивной силой и выступать в качестве различных речевых актов. Более специфичная характеристика иллокутивной силы речевого акта выявляется в результате взаимодействия сослагательного наклонения с другими лингвистическими и экстралингвистическими факторами.

Ключевые слова: теория речевых актов; таксономия речевых актов; иллокутивная сила; прагматическое значение; формы сослагательного наклонения.

Введение

Установлено, что в процессе коммуникации речь используется не только для того, чтобы констатировать или описать действительность, но также чтобы повлиять на нее. Вслед за Дж. Серлем и его последователями, мы исходим из того, что минимальной единицей в языковом общении является не отдельно взятое слово, предложение или высказывание, а «осуществление определенного вида актов, таких, как констатация, вопрос, приказание, описание, объяснение, извинение, благодарность, поздравление и т. д.» [Демьянков 1986: 223].

Дж. Остин, британский философ языка и основатель теории речевых актов (ТРА), не дает определение речевого акта, а рассматривает его через примеры (вопрос, ответ, критика, предупреждение и т.п.) как комплексное «трёх-уровневое образование», представленное оппозицией локутивного, иллокутивного и перлокутивного актов [Austin 1962: 100–103].

В современной лингвистике насущным является вопрос таксономии речевых актов, ведь даже сам Дж. Остин не считал свою классификацию совершенной и окончательной [Austin 1962: 150]. Представитель этого же научного направления американский философ Дж. Серль использовал ее как отправной пункт в своем личном исследовании и проследил многочисленные несоответствия и пересечения между категориями [Серль 1986: 177–180]. В результате, он также выделяет 5 видов речевых актов, но уже с учетом недостатков первоначальной классификации [Серль 1986: 180–186].

Для выполнения целей данного исследования мы объединили классификации Дж. Остина и Дж. Серля и использовали следующие виды иллокутивных актов: вердиктивы, экспозитивы, экзерситивы, бехабитивы, репрезентативы (ассертивы), директивы, экспрессивы, декларативы и комиссивы, названия ко-

торых широко применяются в исследованиях современных лингвистов [Забавников 1984; Формановская 2002; Трофимова 2008, 2011].

Основная часть

Современная теория ТРА очень глубока и многогранна, поэтому не удивительно, что она пользуется большой популярностью среди лингвистов и порождает большое количество исследований, посвящённых анализу и многообразной интерпретации актов речи. Новизна нашего исследования заключается в рассмотрении данного вопроса через призму проблематики модальности сослагательных наклонений в английском языке. Анализ форм сослагательного наклонения проводился на основе теории наклонения английского глагола, предложенной А. И. Смирницким [Смирницкий 2013: 341–352].

Выбор пьес в качестве материала исследования обусловлен тем, что они, как правило, моделируют реальные ситуации общения, в которых имитируется живая речь. Это позволяет определить заложенный говорящим смысл с помощью контекста.

Основным источником материала стали англоязычные пьесы конца XIX – XX вв.: *A Woman of No Importance* (1893) и *An Ideal Husband* (1899) О. Уайльда, *Widowers' Houses* (1892) и *Pygmalion* (1912) Дж. Б. Шоу, *Private Lives* (1930) и *Still Life* (1936) Н. Кауарда, *The Circle* (1939) В. С. Моэма, *The Glass Menagerie* (1944) Т. Уильямса, *Look Back in Anger* (1956) Дж. Осборна. Общий объем рассмотренного материала составляет около 300 страниц печатного текста, где обнаружено 84 высказывания, в которых содержатся формы сослагательного наклонения. Таким образом, можно заключить, что структуры исследуемого типа встречаются достаточно редко: в среднем 1 случай на 4 страницы.

Анализ контекстов, проведенный на базе девяти англоязычных пьес конца XIX в. – первой половины XX в., показал, что одна и та же синтаксическая структура с формой сослагательного наклонения может быть задействована в разных речевых актах, обладая разной иллокутивной силой. Формирование прагматического значения речевого акта основывается на грамматическом значении сослагательного наклонения – нереальности действия. В самом высказывании осуществляется оценка нереального действия как положительного или отрицательного. Иными словами, нереализованное действие представляется либо как желаемое, либо как нежелаемое. Например:

1. Высказывания с Сослагательным II в простых предложениях с вводными *Oh, that, If only*, либо отражают **желание** говорящего по отношению к будущему и могут быть отнесены к **экспрессивам** (например, “*Please – if only I could watch you face that*” [Osborne 1966: 69]), либо выражают **сожаление** по отношению к настоящему и прошлому и имеют иллокутивную силу **вердиктива** (например, “*If only I had known what was going to happen!*” [Osborne 1966: 57]).

2. Сослагательное II в модальных фразеологических выражениях *had better, had best, would rather* содержится в **директивах** со значением **совета** (“*You'd better take them off*” [Osborne 1966: 41]) либо в **бехабутивах** со значением **предпочтения** (“*Let us hope she didn't understand much. I think I had better go over and talk to her*” [Wilde 1903: 57]). В данном случае важную роль в опре-

делении типа речевого акта играет лицо подлежащего (2-е лицо ассоциируется с выражением совета, а 1-е – предпочтения).

Иногда подобные речевые акты косвенно выражают иллокутивную силу *просьбы* или *совета* в форме вопроса, что добавляет оттенок формальности и делает высказывание более вежливым: ср. “*You’d better take them off*” [Osborne 1966: 41] (прямой речевой акт) и “*Hadn’t she better sit down?*” [Osborne 1966: 136] (косвенный речевой акт).

3. *Команды* и *требования* также являются разновидностями *директива*. Такие речевые акты могут содержать как формы Сослагательного I (“*Everybody sit still*” [Williams 2011: 117]), так и формы Сослагательного II (“*I wish you’d come and see me through it*” [Shaw 2005: 68]).

4. Сослагательное II в придаточных предложениях, вводимых союзами *as if, as though*, используется в высказываниях, обладающих отрицательной прагматической семантикой. Данные речевые акты могут иметь различную иллокутивную силу:

- *экспрессив*, выражающий *упрек* или *неодобрение*: “*What’s the matter with you? You sound as though you were quoting him all the time*” [Osborne 1966: 132–133];

- *бехабитив*, выражающий *сострадание*: “*It seemed as though we had everything we could ever want*” [Osborne 1966: 106];

- *вердиктив*, выражающий *жалобу, осуждение* с гиперболизацией: “*It’s almost as if he wanted to kill someone with it. And me in particular*” [Osborne 1966: 72].

5. В речевых актах с использованием Сослагательного II после конструкций “*It’s time / It’s high time / It’s about time*” также присутствует выражение легкого *недовольства* в силу того, что действие было выполнено не вовремя. Это обусловлено лексическим значением самой конструкции (“*If Mr. Saunders is in the ‘abit of looking through windows, it’s time he saw something worth looking at*” [Coward 1938: 21]).

6. Формы Сослагательного II также участвуют в образовании речевых актов на базе сложноподчиненных предложений с придаточным дополнения после глагола *to wish*. Диапазон выражаемой иллокутивной силы отличается разнообразием, и сами высказывания функционируют как:

- *бехабитивы*, имеющие отрицательную коннотацию *обиды, огорчения* (“*What dreadful manners you have! I am sure you were very badly brought up... I wish I had brought you up!*” [Wilde 1899: 91]) или *упрека* (“*I wish Lord Illingworth would ask me to be his secretary. But he says I am not serious enough*” [Wilde 1903: 124]);

- *вердиктивы* со значением *сожаления* (“*I wish that you were my sister*” [Williams 2011: 137]);

- *директивы* со значением *совета* с ироническим оттенком (“*Oh! Talk to every woman as if you loved her, and to every man as if he bored you, and at the end of your first season you will have the reputation of possessing the most perfect social tact*” [Wilde 1903: 91]), *требования* (“*You’d better keep out of my way, if you don’t want your head kicked in*” [Osborne 1966: 112]) или настоятельной *просьбы*

(“I wish you **wouldn't breathe** down my neck. I never can play bridge when there's somebody breathing down my neck” [Maugham 1963: 217]).

7. Простые предложения с Сослагательным I могут иметь иллокутивную силу **вердиктива**, выражающего **сожаление** или **сострадание** (“Mr. and Mrs. Elyot Chase. (She drinks.) God **pity** the poor girl” [Coward 2023: 28]). Устойчивые словосочетания в качестве **бехабитива** могут выражать целый спектр значений от **мольбы** или **благословения** (“God **help** me, if he doesn't stop, I'll go out of my mind in a minute” [Osborne 1966: 49]) до отрицательных эмоций в **оправданиях** и **проклятиях** (“She must write a note for Arnold. I'll put it on her pincushion. – Pincushion **be blowed!**” [Maugham 1963: 263]). В формировании иллокутивной силы решающую роль играет лексическое значение глагола (*pity, help, save, grant, bless* – мольба, благословение, *be blowed, confound, forbid* – проклятие, оправдание).

8. Широкий спектр прагматических значений отмечен в простых предложениях с формами условного наклонения: от отрицательных – **упрек, неодобрение, осуждение, предупреждение, оправдание, сожаление** (“Do you mean to say, you callous rascal, that you **would sell** your daughter for 50 pounds? [Shaw 2005: 42]; “What **would** those modern psychological novelists, of whom we hear so much, **say** to such a theory as that?” [Wilde 1899: 13]) до положительных – **похвала, уважение, лесть** (“Without her we **should forget** the true ideals” [Wilde 1903: 24]; “Well, I **would give** anything to be just like Lord Illingworth” [Wilde 1903: 113]). **Упрек** или **неодобрение**, относящиеся к **экспрессивам** и **менасивам**, также часто встречаются в главной части сложноподчиненных предложений с формами условного наклонения (“If Freddy **had** a bit of gumption, he **would have got** one at the theatre door” [Shaw 2005: 15]). В данных случаях интерпретация иллокутивной силы высказывания зависит от контекста.

9. Кроме того, условное наклонение также может быть использовано для передачи **желания** в более вежливой форме. В таком случае речевой акт является **бехабитивом** (“My dear: I **should like** you to see everything” [Shaw 1913: 10]).

10. Формы предположительного наклонения не только не встречаются в простых предложениях, но и крайне редко фигурируют в сложноподчиненных.

11. Содержащаяся в них иллокутивная сила отличается резкой полярностью. Речевые акты могут использоваться как для **усиления одобрения** (например, “I am very much gratified at Gerald Arbuthnot's good fortune... And I am particularly pleased that Lord Illingworth **should have made** the offer of his own accord without my suggesting anything...” [Wilde 1903: 8]), так и для выражения **осуждения** (“And when, after that, one has seen him for really the last time, and he has refused to take back the little things he has given one, and promised never to communicate with one again, or to write one of any foolish letters, he **should be** perfectly broken-hearted, and telegraph to one all day long, and send one little notes every half-hour by a private hansom, and dine quite alone at the club, so that every one **should know** how unhappy he was” [Wilde 1903: 54–55]). Иными словами, прагматическая роль предположительного наклонения состоит в усилении оценки действия за счет представления его как невозможного, нежелательного, невероятного.

Выводы

Можно сделать вывод, что сослагательное наклонение лежит в основе формирования иллокутивной силы высказывания, определяя действие как не-реальное. Модальная оценка отражаемой ситуации как желательной или нежелательной и дальнейшая характеристика значения речевого акта зависит от лингвистических факторов (лексическое значение глагола, лицо подлежащего и др.), а также определяется такими параметрами, как контекст, специфика ситуации общения и степень ее формальности, отношения между говорящими, их статус в обществе.

Список источников

- Coward N.* Private Lives. London: Bloomsbury Publishing, 2023. 104 p.
Coward N. Still Life. New York: S. French, 1938. 48 p.
Maugham W. S. The Circle // *W. S. Maugham Selected Plays*. London: Penguin Books, 1963. p. 191–264.
Osborne J. Look Back in Anger // *Modern English Plays*. Moscow: Progress Publishers, 1966. P. 27–142.
Shaw B. Pygmalion. Clayton: Prestwick House, 2005. 108 p.
Shaw B. Widowers' Houses. New York: Brentano's, 1913. 73 p.
Wilde O. A. An Ideal Husband. London: L. Smithers and Co., 1899. 213 p.
Wilde O. A. A Woman of No Importance. London: L. Smithers and Co., 1903. 154 p.
Williams T. The Glass Menagerie. New York: New Directions, 2011. 224 p.

Список литературы

- Демьянков В. З.* Теория речевых актов в контексте современной зарубежной лингвистической литературы // сост. и вступ. ст. И. М. Кобозевой и В. З. Демьянкова, общ. ред. Б. Ю. Городецкого Новое в зарубежной лингвистике: сб. ст. 1986. Вып. 17: Теория речевых актов. С. 223–234.
Забавников Б. Н. К проблеме структурирования речевого акта (речевого действия) // Вопросы языкознания. 1984. №6. С. 119–124.
Остин Дж. Как совершать действия при помощи слов? / пер. с англ. Макеевой Л. Б. // Дж. Остин Избранное. М.: Идея Пресс, Дом интеллектуальной книги, 1999. С. 15–123.
Серль Дж. Р. Классификация иллокутивных актов / пер. с англ. В. З. Демьянкова // сост. и вступ. ст. И. М. Кобозевой и В. З. Демьянкова, общ. ред. Б. Ю. Городецкого Новое в зарубежной лингвистике: сб. ст. 1986. Вып. 17: Теория речевых актов. С. 170–194 с.
Смирницкий А. И. Морфология английского языка. М.: Рипол классик, 2013. 450 с.
Трофимова Н. А. От любви до ненависти: смысловые узоры экспрессивов. СПб.: ИВЭСЭП, 2011. 292 с.
Трофимова Н. А. Экспрессивные речевые акты. СПб.: ВВМ, 2008. 371 с.
Формановская Н. И. Речевое общение: коммуникативно-прагматический подход. М.: Русский язык. 2002. 216 с.

Austin J. L. How to do things with words. London: Oxford University Press, 1962. 169 p.

K. V. Lisovskaya

Student of English Faculty

Minsk State Linguistic University

**SUBJUNCTIVE MOOD AS A CONSTITUENT
OF THE ILLOCUTIONARY FORCE OF A SPEECH ACT IN ENGLISH**

The aim of the research is to discover the pragmatic features of speech acts in English, which include forms of the subjunctive mood. The analysis of speech acts drawn from English plays of the late 19th–20th century shows that the same syntactic structure with a subjunctive mood form can display a variety of illocutionary forces and appear as different speech acts. A more specific characterization of the illocutionary force of a speech act is determined by the interaction of the subjunctive mood and other linguistic and extralinguistic parameters.

Key words: speech act theory; taxonomy of speech acts; illocutionary force; pragmatic meaning; subjunctive mood forms.

УДК 81'272(045)

Руслан Сергеевич Малахов
аспирант кафедры русского языка
и общего языкознания
Донецкий государственный
педагогический университет
go270497mrs@gmail.com

СИНТАКСИЧЕСКИЕ МАНИПУЛЯТИВНЫЕ СРЕДСТВА НА ПРИМЕРЕ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ И РУССКОЯЗЫЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

В работе рассматривается использование стилистического синтаксиса на примере текстов англоязычных и русскоязычных публикаций. Авторы манипулятивных текстов используют следующие синтаксические средства: инверсия, транспозиция и методы компрессии текстов для того, чтобы манипулировать реципиентом. В исследовании приводятся примеры использования данных синтаксических средств. На примере текстов англоязычных интернет-публикаций мы можем наблюдать также намеренное нарушение привычного порядка членов предложения, в результате чего элемент, необходимый для достижения манипулятивного эффекта, оказывается выделенным и получает необходимые коннотации экспрессивности и эмоциональности.

Ключевые слова: манипуляция; синтаксис; инверсия; компрессия; транспозиция.

Введение

Публикации на популярных интернет-ресурсах являются эффективным средством для воздействия на реципиента. Такие интернет-ресурсы, как telegram, Instagram (Instagram принадлежит компании Meta, признанной экстремистской организацией и запрещенной в РФ), социальная сеть ВКонтакте обладают мощным инструментарием для создания манипулятивной публикации. Для лучшего понимания словосочетания «мощный инструментарий» стоит перечислить наиболее известные средства: текст, подкрепленный визуальным либо аудиовизуальным материалом, (креолизованный), «игры» со значением слов, создание абсолютно новых, порой абсурдных, словосочетаний и др. В работе речь идет о синтаксических манипулятивных средствах, используемых в социальных сетях. Подобные средства становились объектом исследования в работах Л.А. Булаховского [1954], Н.В. Данилевской [2003], Т.Г. Добросклонской [2005], Б.П. Дюндика [1971], Е.В. Жибера [2020], Р. Квирка [1985], В.А. Кочетовой [2013], Т.Б. Трошевой [2003].

Авторы манипулятивных текстов используют синтаксические средства (транспозиция, компрессия и инверсия) для того, чтобы манипулировать реципиентом. Данные методы позволяют создателям текстов воздействовать на адресата через особую организацию структуры предложений. С помощью синтаксических средств создатели суггестивных (манипулятивных) текстов могут выделить необходимые элементы либо же наоборот сделать так, чтобы элемент был замаскирован и воспринимался только на имплицитном (бессознательном) уровне.

Особенности синтаксических манипулятивных средств

Транспозиция синтаксических структур в манипулятивных публикациях является намеренным употреблением одной языковой формы в функции другой формы с дополнительными коннотациями. На примере фрагмента из публикации телеграм-канала «Украина Труха» мы можем заметить использование риторического вопроса как одного из вариантов транспозиции: «...*Да и вообще, можно ли верить в подлинность слитых файлов? Не странно ли, что у 21-летнего нацгвардейца был доступ к куче секретных разведданных? Есть о чем подумать*» (Украина Труха).

В данном случае ответ заранее заложен в риторические вопросы. Автор намеренно создаёт иллюзорность абсурдности данных вопросов в ментальности реципиентов. Риторический вопрос не предполагает ответа реципиента информации в качестве обратной связи, а лишь имплицитно заставляет адресата склонить свою точку зрения в пользу направления, нужного автору манипулятивной публикации. Риторический вопрос ставится для того, чтобы привлечь внимание, поддержать контакт с адресатом через усиление эмоционального фона сообщения. Так, мы можем выделить то, что данный метод транспозиции побуждает реципиента к рассуждению на данную тему и заставляет адресата прийти к якобы «собственным» выводам, что подкреплено еще одним случаем транспозиции синтаксической структуры – косвенным директивным, по сути, высказыванием: «*Есть о чем подумать*» → «*Подумай!*».

Б. П. Дюндик описывает компрессию как особый вид преобразований, который способствует приведению развернутых синтаксических конструкций к упрощенному виду, при этом они передают такой же объем информации, как и полные синтаксические конструкции [Дюндик 1971: 86]. На примере публикации Instagram-канала (Instagram принадлежит компании Meta, признанной экстремистской организацией и запрещенной в РФ) «ukraine.ua» мы можем наблюдать использование компрессии в визуальном материале: «*Unpunished evil always returns. May 18 – Day of Remembrance of the Victims of the Crimean Tatar Genocide*» / «*Безнаказанное зло всегда возвращается. 18 мая – День памяти жертв геноцида крымских татар*» (ukraine.ua) (перевод наш. – Р. М.).

Данная компрессия служит преобразованием основного текста публикации в упрощенную и акцентированную единицу. Для лучшей наглядности необходимо упомянуть фрагменты из основного текста:

«*On this day in 1944, the Soviet authorities ordered to exile the Crimean Tatar people from their native land – Crimea... People were given a few minutes to gather things, then they were packed into cattle wagons... Crimean Tatar toponyms in Crimea were changed to Russian names... Russia keeps practicing the bloody traditions of the past... Together, we will bring justice back because unpunished evil always returns*» / «*В этот день в 1944 году советские власти приказали изгнать крымско-татарский народ с родной земли – Крыма... Людям дали несколько минут, чтобы собрать вещи, затем их загнали в вагоны для скота... Крымско-татарские топонимы в Крыму были заменены на русские названия... Россия продолжает практиковать кровавые традиции прошлого... Вместе мы вернем*

справедливость, потому что безнаказанное зло всегда возвращается» (ukraine.ua) (перевод наш – Р. М.).

Как мы знаем, правительство Украины неоднократно заявляло на официальном уровне, что Крым, по их мнению, был аннексирован Россией. Однако, как мы знаем, 18 марта 2014 года произошло присоединение территории полуострова Крым к Российской Федерации, которое было зафиксировано документально в «договоре между Российской Федерацией и Республикой Крым о принятии в Российскую Федерацию Республики Крым и образовании в составе Российской Федерации новых субъектов». При нынешнем политическом курсе, средствам массовой информации Украины выгодно создавать как можно больше единомышленников. Соответственно, им необходимо добиться этой цели любыми средствами, даже с помощью создания выдуманных фактов. Как мы можем заметить, в публикации автор старается создать образ «безнаказанного зла» с помощью фразы *людям дали несколько минут, чтобы собрать вещи, затем их загнали в вагоны для скота*. В публикации нет ссылки на подтверждение данной информации, кроме того, найти подтверждение данной информации будет, скорее всего, невозможно. Мы не знаем, была ли эта информация преувеличена, либо же придумана самим автором. В связи с этим, мы можем сделать вывод, что адресант использует «гиперболизацию» фактов (либо и вовсе «мифологизацию») для «демонизации» советских властей и властей Российской Федерации. Автор намеренно производит замену термина «депортация» на термин «геноцид» для того, чтобы поддерживать идею «безнаказанного зла». Кроме того, создатель публикации проводит аналогию «геноцида» крымских татар с аннексией Крыма. В данном случае компрессия позволяет настроить реципиента на негативные мысли к «безнаказанному злу», а сам ярлык прикрепляется в основном содержании публикации. Как можно заметить, компрессия текста позволяет акцентировать внимание на нужных образах, избежать перенасыщенности текста и настроить адресата на нужное адресанту восприятие текста. Автор манипулятивной публикации умышленно задаёт основную тематику с помощью компрессии.

Существуют также такие синтаксические манипулятивные способы компрессии, когда в публикации автор и вовсе избавляется от основного текста, и оставляет лишь заголовок с информацией, которой не хватает для того, чтобы оценить в полной мере ситуацию. В социальной сети X (в прошлом twitter) на канале «Babel.ua» мы можем наблюдать наглядный пример использования данного способа компрессии: *«In Russia, approximately 20 000 people are mobilized for the war against Ukraine every month»* / *«В России ежемесячно для войны против Украины мобилизуют около 20 000 человек»* (перевод наш – Р. М.) (Babel.ua).

В отличие от предыдущего примера адресанты суггестивной публикации ограничиваются сжатым текстом для того, чтобы адресант мог самостоятельно прийти к выводу, который имплицитно заложен в данной публикации. Вероятнее всего, автор текста старается акцентировать внимание на потерях Российской Федерации и поставить её в позицию «слабого». Исходя из этого текста, адресат может сделать вывод, что Российская Федерация призывает 20 000 человек для «войны» с Украиной из-за того, что терпит колоссальные потери. До-

стигается данный манипулятивный посыл не только с помощью компрессии, но также с помощью политической мифологизации (созданием искусственных фактов, которые не соответствуют действительности). Стоит отметить, что автор настолько сжимает текст, что в нём не оказывается никакой информации об источнике, достоверно подтверждающем число «20 000 человек». Компрессия в данном тексте, позволяет избавиться от насыщения текста информацией, которую, как считает автор, лучше опустить. В представленном материале мы также не можем увидеть информацию о мобилизации в Украине, которая в этом случае необходима для адекватной оценки военного положения каждой из сторон. Адресант суггестивной интернет-публикации с помощью компрессии делает нужные ему акценты на конкретной стране, умышленно опускает необходимую информацию для оценки ситуации на военном поле и грамотно создаёт мифологизированную ситуацию, где одна сторона превосходит другую.

В данной публикации демонстрируется пример использования изменения привычного порядка членов предложения. Как можно заметить, предложение начинается с обстоятельства места «*In Russia, ...*». Частичная инверсия, обособленная графически запятой, позволяет сделать акцент на России и избежать первичной догадки о том, что речь может идти также и об Украине. Если бы автор начинал предложение с обстоятельства времени «*Every month...*», смысл публикации и вовсе поменялся бы, автор акцентировал бы внимание читателя на цикличности и длительности мобилизационного периода в России, а не на «мифологизированной» проблеме в РФ.

Стоит отметить важность правильно выбранного способа инверсии в манипулятивных предложениях для сохранения нужного посыла в публикации. Как пишет Е. В. Жибер, «В английском языке можно выделить два основных типа грамматической инверсии: субъектно-вспомогательная инверсия (частичная) и субъектно-глагольная инверсия (полная)» (перевод наш – Р. М.) [Zhiber 2020: 84].

В. А. Кочетова даёт такие определения полной и частичной инверсии: «полная инверсия, при которой предикат-глагол смещается перед подлежащим, и частичная инверсия, при которой вспомогательный глагол оказывается в позиции, предшествующей подлежащему» (перевод наш – Р. М.) [Kochetova 2013: 18].

В публикации пользователя с никнеймом «*RealTigreMartinez*» в социальной сети x.com мы можем увидеть смещение вспомогательного глагола на позицию, предшествующую подлежащему: «*Under no circumstances will #VivekRamswamy receive my vote. In my opinion he is nothing but an Anti-Semetic, Russia loving scumbag*» / «*Ни при каких обстоятельствах #ВивекРамасвами не получит мой голос. По моему мнению, он всего лишь антисемитский, любящий Россию подонок*» (перевод наш – Р. М.). (x.com)

Достигается данная инверсия с помощью отрицательного по своему значению обстоятельства с высокой степенью категоричности «*Under no circumstances*», после которого подлежащее меняется местами с вспомогательным глаголом. В лингвистике данное перемещение называется субъектно-вспомогательной инверсией. Однако Р. Квирк даёт этому иное наименование, которое

звучит как: «субъектно-операторная инверсия» (перевод наш – Р. М.). [Quirk R. and etc.1992: 1381].

Выводы

В результате данной исследовательской работы можно сделать вывод, что язык обладает разнообразием эффективных синтаксических средств с точки зрения манипуляции вниманием адресата, таких как транспозиция, компрессия и инверсия. Транспозиция, с помощью риторических вопросов, позволяет автору корректировать направление мыслей читателя и фокусировать внимание последнего на отдельных фактах посредством оформления констатации существующего положения дел в виде вопроса, т.е. стимула к поиску ответа, который уже дан в скрытой форме. Компрессия настраивает читателя на определенное восприятие текста, в котором уже заданы необходимые акценты через сохранение важных (рематических) для автора элементов текста. Инверсия помогает создавать необходимые акценты с помощью размещения необходимых, ключевых элементов в сильной позиции. Все перечисленные синтаксические средства позволяют адресантам манипулятивного текста эффективно воздействовать на общую картину мира адресата и помогает создавать нужную действительность в ментальности каждого реципиента информации.

Список источников

Договор между Российской Федерацией и Республикой Крым о принятии в Российскую Федерацию Республики Крым и образовании в составе Российской Федерации новых субъектов (Москва, 18 марта 2014 г.) / Конституция РФ. [Электронный ресурс]. URL :<https://constitution.garant.ru/act/federative/70614474/chapter/5a04d690c184b9bee584db19a8971fda/> (Дата обращения 17.11.2023).

Украина Труха // telegram.org. [Электронный ресурс]. URL: <https://t.me/truexanewsua/72987> (Дата обращения 06.08.2023).

Babel.ua: Ukraine at war // x.com [Электронный ресурс]. URL: *Babel.ua* (Дата обращения 19.08.2023).

RealTigreMartinez // x.com. [Электронный ресурс]. URL: <https://twitter.com/RealTigreM/status/1694743347758280856> (Дата обращения 19.08.2023).

ukraine.ua // instagram.com [Электронный ресурс]. URL: <https://www.instagram.com/p/CsYOmD9t00j/?igshid=MzRIODBiNWF1ZA==> (Дата обращения 06.08.2023) (Instagram принадлежит компании Meta, признанной экстремистской организацией и запрещенной в РФ).

united24 // instagram.com [Электронный ресурс]. URL : <https://www.instagram.com/reel/CsPO0DxrjXy/?igshid=MzRIODBiNWF1ZA==> (Дата обращения 06.08.2023) (Instagram принадлежит компании Meta, признанной экстремистской организацией и запрещенной в РФ).

Список литературы

Булаховский Л. А. Русский литературный язык первой половины XIX в. М., 1954. 491 с.

Данилевская Н. В., Трошева Т. Б. Стилистические ресурсы синтаксиса (синтаксическая стилистика) // Стилистический энциклопедический словарь русского языка / под ред. М.Н. Кожинной. М.: Флинта: Наука, 2003. С. 474–482.

Добросклонская Т. Г. Вопросы изучения медиатекстов (опыт исследования современной английской медиаречи). Изд. 2–е, стереотип. М.: Едиториал УРСС, 2005. 288 с.

Дюндик Б. П. Компрессия придаточных предложений в современном английском языке: На материале обстоятельственных придаточных предложений: дисс ... канд. филол. наук: 10.00.00. М., 1971. 207 с.

Кочетова В. А. Прагмалингвистические и жанровые особенности инверсии в современном английском языке // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки: Филологические науки. 2013. № 5. С. 17–19.

Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: теория, методы, направления, 2020. 180 с.

Сиротинина О. Б. Порядок слов в русском языке: автореф. дисс. д-ра филол. наук: 10.02.01. Саратов, 1966. 36 с.

Современный русский язык: Система основных понятий: учеб. пособие. В 2 ч. / М-во образования Рос. Федерации. Волгогр. гос. ун-т; под общ. ред. Л. Б. Селезневой. Волгоград: Изд-во Волгогр. ун-та, 1999. 21 см.

Quirk R. et al. A Comprehensive Grammar of the English Language / Randolph Quirk, Sidney Greenbaum, Geoffrey Leech, & Jan Svartvik. London and New York: Longman. 1985. 1779 с.

Zhiber E. V. Expressive inversion in the English language // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2020. №11 (840). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/expressive-inversion-in-the-english-language> (дата обращения: 25.08.2023).

R. S. Malakhov

Postgraduate Student

Donetsk State Pedagogical University

SYNTACTIC MANIPULATIVE MEANS ON THE EXAMPLE OF ENGLISH AND RUSSIAN-LANGUAGE PUBLICATIONS IN SOCIAL NETWORKS

This work examines the use of stylistic syntax on the example of texts of English and Russian-language publications. The authors of manipulative texts use syntactic means such as: inversion, transposition and methods of text compression in order to manipulate the recipient. The study provides examples of the use of these syntactic means. On the example of texts of English-language Internet publications we can also observe the deliberate violation of the usual order of sentence members, as a result of which the element in order to achieve a manipulative effect is highlighted and receives the necessary connotations of expressiveness and emotionality.

Key words: manipulation; syntax; inversion; compression; transposition.

УДК: 81'42:81'38

Софья Алексеевна Овчинникова
студент филологического факультета
Пермский государственный
национальный исследовательский университет
owchinnikovasofya@yandex.ru

ФОРМАТНЫЕ И РЕЧЕВЫЕ ПАРАМЕТРЫ ЦИФРОВЫХ ПРОДУКТОВ ОРГАНОВ ИСПОЛНИТЕЛЬНОЙ ВЛАСТИ¹

На материале публикаций, размещенных на платформах ВК, Telegram и на официальных сайтах, в дискурсивно-стилистическом аспекте рассматриваются форматы (поликодовость, интерактивность, гипертекстуальность) и лингвистические особенности (лексические, морфологические, синтаксические, стилистические) медиапродуктов исполнительной власти РФ. Установлено, что цифровая платформа оказывает влияние на форматные и речевые параметры публикуемой информации. Показано, что прагматической целью интернет-контента органов государственного управления является создание позитивного имиджа власти в глазах граждан. В результате анализа выявлено, что мессенджер и социальная сеть являются более эффективным средством воздействия на аудиторию по сравнению с официальным сайтом.

Ключевые слова: цифровизация; медиаконтент исполнительной власти; формат цифрового текста; поликодовость; гипертекстуальность; интерактивность; имидж исполнительной власти.

Введение

В настоящее время государственные органы стремятся устанавливать обратную связь с гражданами в интернет-пространстве, используя наиболее результативные способы коммуникации. Диалог власти с обществом уже не ограничивается только официальными сайтами: широкую популярность получают мессенджеры и социальные сети, ориентированные на распространение оперативной информации, ориентированной на разные социальные группы [Ширинкина 2021: 73]. Однако для специалистов пресс-служб до сих пор не определены единые правила ведения аккаунта и способов адаптации к электронному формату размещаемого контента, что обуславливает актуальность темы исследования.

Материалом дискурсивно-стилистического анализа медиаконтента послужили публикации на официальных сайтах Министерства культуры РФ, Министерства науки и высшего образования РФ, Министерства здравоохранения Свердловской области, а также паблики этих органов власти в социальной сети ВКонтакте (ВК) и на каналах Telegram.

Несмотря на то что «официально-деловой стиль самый консервативный из всех книжно-письменных стилей» [Солганик 2005: 8], PR-тексты подвергаются существенным изменениям, так как «одним из основных драйверов трансформации жанрового корпуса PR-текстов становится технологический фактор – дигитализация» [Кривоносов 2019: 157].

Содержание понятий «жанр» и «формат» применительно к интернет-контенту является дискуссионным. Так, Л.Ю. Щипицина в компьютерно-опосредованной коммуникации (КОК) выделяет жанры как «типизированные формы общения» [Щипицина 2011: 19] и внутри жанров форматы – «совокупность медийных параметров жанра». К форматным характеристикам КОК исследователь относит оформление, гипертекстуальность, мультимедийность, синхронность, интерактивность, а также количество и эксплицированность коммуникантов [Щипицина 2011: 19–20].

Особенности интернет-коммуникации органов исполнительной власти

На наш взгляд, наиболее яркой чертой интернет-коммуникации является поликодовость. Так, на телеграм-каналах и в пабликах ВК вербальный блок информации дополняется фото- и видеоматериалами, а также эмодзи. Для удобства восприятия видеоматериал может сопровождаться субтитрами (например, в публикации Telegram канала «Минздрав Свердловской области» от 28.01.2023 [Канал Министерства здравоохранения]). Фотоматериалы повышают доверие аудитории к размещаемой информации благодаря тому, что на фотографиях представители власти смотрят в камеру, т.е. в глаза адресату (например, в публикации Telegram канала «Министерство культуры Российской Федерации» от 01.02.2023 [Канал Министерства культуры]), или общаются с гражданами (например, в публикации Telegram канала «Минздрав Свердловской области» от 26.01.2023 [Канал Министерства здравоохранения]). Функции эмодзи сводятся к передаче эмоций (например, в публикации Telegram канала «Министерство культуры Российской Федерации» от 30.01.2023 [Канал Министерства культуры]), а также изображению какого-либо объекта (например, в публикации Telegram канала «Министерство культуры Российской Федерации» от 27.01.2023 [Канал Министерства культуры]) [Крылов 2017: 50]. Помимо этого, эмодзи способствуют более четкому структурированию информации (например, в публикации Telegram канала «Минздрав Свердловской области» от 26.01.2023 [Канал Министерства здравоохранения]), облегчая ее восприятие. Попутно отметим, что в цифровых публикациях органов исполнительной власти предпочтение отдается эмоджонам с положительной или нейтральной коннотацией.

И мессенджер, и социальная сеть предлагают пользователям интернета карточный способ подачи информации (например, в посте паблика ВК «Минобрнауки России» от 01.02.2023 [Паблик Министерства науки], в публикации Telegram канала «Министерство культуры Российской Федерации» от 30.01.2023 [Канал Министерства культуры]). «Карточки» являются своего рода ай-стопперами, которые останавливают случайно брошенный взгляд адресата, выделяют материал из общего ряда, привлекают внимание, вызывают любопытство и тем самым обеспечивают интерес к содержанию публикации.

Для Telegram характерно использование так называемых «круглых видео» – непостановочных видеозаписей, удовлетворяющих потребность граждан в живом общении с представителями власти и повышающих доверие к ним (однако принцип документальности соблюдается в видеокружках далеко не

всегда). На этой же платформе для сокращения дистанции с адресатом используется функция «цензурирования» текста.

Паблики ВК отличаются наличием плейлистов (например, в посте паблика ВК «Министерство культуры Российской Федерации» от 30.01.2023 [Паблик Министерства культуры]), большим количеством фотографий (например, в посте паблика ВК «Министерство культуры Российской Федерации» от 02.02.2023 [Паблик Министерства культуры]), а также иллюстрированием освещаемых событий не фотографиями, а видеоматериалами (например, в посте паблика ВК «Минобрнауки России» от 25.01.2023 [Паблик Министерства науки]).

На сайте креолизованность контента проявляется в меньшей степени: к вербальному блоку информации добавляются только фотоматериалы, сопровождающие большинство публикаций. Однако в целом анализ показал, что традиционный для официально-деловой коммуникации вербальный текст без использования знаков других семиотических систем в цифровой среде ушел в прошлое. Подобных текстов мы не встретили ни на сайтах, ни на каналах, ни в пабликах.

Другой универсальной особенностью медиаконтента исполнительной власти можно считать гипертекстуальность, которая проявляется в использовании гиперссылок-хэштегов, отсылающих читателя к более широким или более узким темам и служащих для навигации внутри аккаунта. Хотя хэштеги встречаются на всех платформах, в пабликах и каналах их количество значительно больше, чем на сайте. Большинство ссылок являются анкорными и внутренними. Показательно, что на сайтах гиперссылок меньше, чем в ВК или Telegram, либо они вообще отсутствуют. В целом, гипертекстуальность наиболее значимо проявляет себя в мессенджере и соцсети. На этих платформах пользователи могут оставлять как положительные, так и отрицательные комментарии, задавать вопросы в личные сообщения паблика, в боте или чате Telegram. Помимо этого, посредством комментирования проводятся опросы подписчиков (например, в публикации Telegram канала «Министерство культуры Российской Федерации» от 26.01.2023 [Канал Министерства культуры]). В то же время отметим, что возможность комментирования предоставляют далеко не все министерские телеграм-каналы. Пользователи Telegram могут оставлять свои реакции на публикацию, однако их объем ограничивается пресс-службой министерств (в среднем объем реакций колеблется от шести до десяти). Многих из перечисленных возможностей диалога с властью лишены посетители официальных сайтов. Хотя на некоторых сайтах пользователям предоставлена возможность задать вопрос, публично сделать это нельзя.

Сходство форматных параметров цифровых материалов в соцсети и мессенджере проявляется не только в реализации поликодовости, гипертекстуальности и интерактивности, но и в дублировании публикаций, дайджестах новостей, наличии развлекательного контента (см., напр., рубрики *#Реставрация*, *#СмотриКино*).

Таким образом, наиболее заметные форматные различия зафиксированы между сайтом, с одной стороны, и пабликом или каналом, с другой. Визуальная привлекательность контента, легкость и удобство его восприятия, возможность обратной связи – всё это помогает телеграм-каналам и пабликам ВК эффективно поддерживать положительный имидж власти в глазах граждан.

Цифровая среда является сильным дискурсивным фактором, оказывающим влияние на лингвистическую сторону текста. К лингвистическим параметрам жанра в КОК Л.Ю. Щипицина относит фонетико-графические, лексические, морфологические, синтаксические и стилистические средства [Щипицина 2021: 20]. Развивая идеи этого исследователя, представим языковые особенности двух типов: 1) присущие текстам, опубликованным на всех трех платформах, и 2) характерные только для одной платформы. Прежде всего рассмотрим мессенджер и соцсеть как единое целое, так как материалы, размещенные на этих платформах, обладают большим сходством.

Что касается лексики, то в соцсети и мессенджере чаще, чем на сайте, встречаются публицистические клише с подчеркнута позитивной коннотацией, выражающие высокую оценку объекта описания, напр.: *не оставил равнодушным, вошли в золотой фонд, разобрали на цитаты, шедевры, всенародно любимых, гения комедии, великого сражения* (например, в публикации Telegram канала «Министерство культуры Российской Федерации» от 30.01.2023 [Канал Министерства культуры], в посте паблика ВК «Министерство культуры Российской Федерации» от 26.01.2023 [Паблик Министерства культуры]).

К морфологическим особенностям текстов можно отнести персонализацию министерства посредством глаголов в форме 1 лица множественного числа (*рассказываем, предлагаем*), а также личных и притяжательных местоимений *мы, наш* (в посте паблика ВК «Министерство культуры Российской Федерации» от 27.01.2023 [Паблик Министерства культуры], в публикации Telegram канала «Минздрав Свердловской области» от 28.01.2023 [Канал Министерства здравоохранения]). Императивные глаголы *участвуйте, листайте, читайте, подавайте* и др. (например, в посте паблика ВК «Минобрнауки России» от 01.02.2023 [Паблик Министерства науки]) демонстрируют руководящую силу государственного органа, призывающего граждан к активному взаимодействию с властью.

В синтаксическом плане яркой приметой публикаций, размещенных в соцсети и мессенджере, являются восклицательные предложения, в том числе в заголовках, напр.: *Сегодня исполняется 100 лет со дня рождения Леонида Гайдая!* (например, в публикации Telegram канала «Министерство культуры Российской Федерации» от 30.01.2023 [Канал Министерства культуры], в посте паблика ВК «Министерство культуры Российской Федерации» от 01.02.2023 [Паблик Министерства культуры]). Наряду с явной публицистической направленностью подобных предложений используются конструкции, характерные для официально-деловой речи, например нанизывание существительных в родительном падеже (например, в публикации Telegram канала «Министерство культуры Российской Федерации» от 30.01.2023 [Канал Министерства культу-

ры], в публикации Telegram канала «Министерство культуры Российской Федерации» от 22.02.2023 [Канал Министерства культуры]). Длина предложения в среднем составляет 5–15 слов. Обращает на себя внимание большое количество безглагольных предложений типа *Вход все дни бесплатный, Предварительная регистрация здесь, Ведь сегодня Международный день дочери!, Главная героиня – дочь художницы Лена* (в публикации Telegram канала «Министерство культуры Российской Федерации» от 20.02.2023 [Канал Министерства культуры]), в посте паблика ВК «Министерство культуры Российской Федерации» от 25.04.2023 [Паблик Министерства культуры]). Количество деепричастных оборотов незначительно, причастные обороты встречаются не более чем один раз в публикации (например, в публикации Telegram канала «Министерство культуры Российской Федерации» от 27.01.2023 [Канал Министерства культуры]). В целом, синтаксис текстов ориентирован на разговорный стиль, что делает их легкими для восприятия.

Из стилистических особенностей отметим также преобладание ВЫ-обращений (например, в посте паблика ВК «Минобрнауки России» от 03.02.2023 [Паблик Министерства науки]), однако, в отличие от сайтов, в мессенджере и соцсети встречаются случаи ТЫ-обращений, нацеленных на неформальное общение и сближение с читателем.

Анализ постов ВК показывает приверженность их авторов прецедентным текстам советского времени, что позволяет сделать вывод о более взрослой целевой аудитории, чем в Telegram. В частности, об этом свидетельствуют цитаты из популярных фильмов, например фраза *танцуют все* из фильма «Иван Васильевич меняет профессию» (в посте паблика ВК «Министерство культуры Российской Федерации» от 26.01.2023 [Паблик Министерства культуры]). На сближение с читателем указывает дружеское пожелание *удачи* (например, в посте паблика ВК «Минобрнауки России» от 01.02.2023 [Паблик Министерства науки]).

В Telegram нами зафиксировано большее, по сравнению с ВК, количество привлекающих внимание заголовков, напр.: *Тайна символа небесного покровительства города: смотрите новую серию рубрики #Реставрация* (в публикации Telegram канала «Министерство культуры Российской Федерации» от 27.01.2023 [Канал Министерства культуры]), *Возможность реализовать свою идею* (в публикации Telegram канала «Министерство культуры Российской Федерации» от 01.02.2023 [Канал Министерства культуры]). Такие заголовки нацелены на удержание внимания адресата с целью побудить его к прочтению всей информации.

На фоне текстов с нейтральной тональностью резко выделяются публикации, информирующие о происшествиях. В таких текстах, написанных в жанре новостной заметки, используется типизированная композиция и клишированные фразы типа *выехал на запрещающий сигнал светофора, допустил выезд, пострадавшие доставлены в больницы, оказывается вся необходимая медицинская помощь* (например, в публикации Telegram канала «Минздрав Свердловской области» от 29.01.2023 [Канал Министерства здравоохранения]).

Далее кратко остановимся на языковых особенностях официального сайта.

Обращает на себя внимание использование книжной лексики, напр.: *краеугольным камнем, в реалиях сегодняшнего дня* (например, в статье на официальном сайте «Министерство здравоохранения Свердловской области» «Помочь пациенту в любых условиях»: наставник — о развитии потенциала молодых специалистов» от 26.01.2023 [Официальный сайт Министерства здравоохранения]), вводных слов и кратких страдательных причастий, таких как *было снято, выполнены, сформирован, объявлен, была допущена* и др. Практически каждое предложение осложнено однородными членами (часто с использованием двойных союзов), причастными оборотами или придаточными предложениями. Длина предложений в среднем составляет от 11 до 25 слов. Одним из наиболее частотных знаков препинания является тире.

Точность и достоверность информации обеспечивается большим количеством цитат. Показательно, что в публикациях на одну и ту же тему на сайте цитаты используются, в то время как в ВК и Telegram цитирование отсутствует (например, в статье на официальном сайте «Министерство здравоохранения Свердловской области» «Студентам рассказали о системе наставничества в Первоуральской городской больнице» от 27.01.2023 [Официальный сайт Министерства здравоохранения] и в публикации Telegram канала «Минздрав Свердловской области» от 27.01.2023 [Канал Министерства здравоохранения], в посте публика ВК «Минздрав Свердловской области» от 27.01.2023 [Публик Министерства науки]). Тональность текстов характеризуется сдержанностью и безэмоциональностью, о чем свидетельствует отсутствие восклицательных предложений.

Выводы

Таким образом, лингвистический анализ медиаконтента государственных органов подтверждает ранее сделанный вывод о существенном отличии текстов, размещаемых, с одной стороны, на официальных сайтах, с другой – в пубliках и на каналах. Несмотря на то что на всех рассмотренных платформах проявляется стремление органов исполнительной власти донести информацию до читателя в максимально доступной форме, анализ форматных и языковых параметров публикаций показал, что мессенджер и соцсеть обладают бóльшим потенциалом в установлении контакта с аудиторией, а значит, являются более эффективным средством воздействия на общество по сравнению с официальным сайтом.

Примечание

1. Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда № 23-28-00171, <https://rscf.ru/project/23-28-00171/> (The study was supported by grant No. 23-28-00171 of the Russian Science Foundation, <https://rscf.ru/en/project/23-28-00171/>).

Список источников

Официальный сайт Министерства науки и высшего образования РФ [Электронный ресурс]. URL: <https://www.minobrnauki.gov.ru/> (Дата обращения: 13.02.2023).

Официальный сайт Министерства здравоохранения Свердловской области [Электронный ресурс]. URL: <https://minzdrav.midural.ru/> (Дата обращения: 13.02.2023).

Официальный сайт Министерства культуры РФ [Электронный ресурс]. URL: <https://culture.gov.ru/> (Дата обращения: 13.02.2023).

Паблик Министерства науки и высшего образования РФ [Электронный ресурс]. URL: <https://vk.com/minobrnauki> (Дата обращения: 13.02.2023).

Паблик Министерства здравоохранения Свердловской области [Электронный ресурс]. URL: <https://vk.com/minzdravso> (Дата обращения: 13.02.2023).

Паблик Министерства культуры РФ [Электронный ресурс]. URL: https://vk.com/minkultury_rf (Дата обращения: 13.02.2023).

Канал Министерства науки и высшего образования РФ [Электронный ресурс]. URL: <https://t.me/minobrnaukiofficial> (Дата обращения: 13.02.2023).

Канал Министерства здравоохранения Свердловской области [Электронный ресурс]. URL: <https://t.me/minzdravso> (Дата обращения: 13.02.2023).

Канал Министерства культуры РФ [Электронный ресурс]. URL: <https://t.me/mincultrussia> (Дата обращения: 13.02.2023).

Список литературы

Кривоносов А. Д. Актуальные проблемы современной теории PR-текстов // Актуальные вопросы речевого взаимодействия: материалы Всероссийской научной конференции, посвящённой юбилею профессора Л. А. Месеняшиной, Челябинск, 24 октября 2019 года. Челябинск: Челябинский государственный университет. 2019. С. 156–161.

Крылов Ю. В. Семантика эмодзи в виртуальном диалоге // Вестник Омского государственного педагогического университета. Гуманитарные исследования. 2017. №2 (15). С. 50–52.

Солганик Г. Я., Дроняева Т. С. Стилистика современного русского языка и культура речи: Учеб. пособие для студ. фак. журналистики. 3-е изд., стер. М.: Издательский центр «Академия», 2005. 256 с.

Ширинкина М. А. Форматы и жанры медиакоммуникации исполнительной власти // Жанры речи. 2021. № 1(29). С. 66–77.

Щипицина Л. Ю. Комплексная лингвистическая характеристика компьютерно-опосредованной коммуникации (на материале немецкого языка): Автореф. дис. ... доктора филол. наук. Воронеж, 2011. 40 с.

S.A. Ovchinnikova

Student of Philological Faculty

Perm State University

**FORMAT AND LINGUISTIC PECULIARITIES
OF THE EXECUTIVE BRANCH'S MEDIA CONTENT**

The discursive and stylistic aspect of the publications posted on the platforms VK, Telegram and official websites is used to examine the formats (multimodality, interactivity, hypertextuality) and linguistic features (lexical, morphological, syntactic, stylistic) of media products of the executive branch of the Russian Federation. It is established that the digital platform influences the format and speech parameters of published information. It is shown that the pragmatic goal of the Internet content of public administration bodies is to create a positive image of the authorities in the eyes of citizens. The analysis reveals that messenger and social network are more effective means of influencing the audience compared to the official website.

Key words: digitalisation; media content of the executive branch; digital text format; multimodality; hypertextuality; interactivity; image of the executive branch.

УДК 81'38; 81'42

Екатерина Романовна Старцева
студент филологического факультета
Пермский государственный
национальный исследовательский университет
rinastarcewa@gmail.com

РЕЧЕВОЙ ЖАНР ВЕБИНАРА И ЕГО СУБЖАНРОВЫЕ РАЗНОВИДНОСТИ

В статье рассматривается феномен виртуальной лекции (вебинара) с точки зрения жанровой принадлежности. В ходе исследования изучены образовательные вебинары онлайн-школы по подготовке школьников к экзаменам. Субжанровые разновидности вебинаров – демо-вебинар и платный обучающий вебинар – описаны по модели речевого жанра Т. В. Шмелевой. Выявлены структурно-смысловые и дискурсивно-стилистические особенности разных видов вебинаров.

Ключевые слова: речевой жанр; модель речевого жанра; субжанр; вебинар; демо-вебинар; обучающий вебинар.

Введение

Под влиянием различных социальных изменений: цифровизации и компьютеризации образовательного процесса, развития IT и интернета – система образования осваивает новые инструменты. Так, на рынке образовательных продуктов появляются инновационные жанры и форматы взаимодействия с обучаемыми, среди которых можно назвать вебинар, представляющий собой интерактивную лекцию с использованием компьютерных технологий. Ведущий вебинара (спикер) сообщает информацию, транслирует сопровождающие презентационные материалы, взаимодействует с аудиторией при помощи онлайн-чата. Перед спикером часто встают вопросы о речевом воплощении коммуникативного замысла и об эффективных приемах достижения коммуникативных целей. В связи с этим актуальным становится выявление вербальных (лингвостилистических и композиционных) и невербальных особенностей современных жанровых разновидностей, которые изменяются в зависимости от разнообразных условий коммуникации в образовательной среде.

В определении понятия жанра мы опираемся на дефиницию, предложенную М. М. Бахтиным: речевые жанры – «определенные относительно устойчивые тематические, композиционные и стилистические типы высказываний» [Бахтин 1953: 249]. При этом исследователь выдвигает важную мысль о многочисленности этих высказываний: «Богатство и разнообразие речевых жанров необозримо, потому что неисчерпаемы возможности разнообразной человеческой деятельности и потому что в каждой сфере деятельности вырабатывается целый репертуар речевых жанров...» [Бахтин 1953: 249].

В функционально-стилистическом отношении интерактивная обучающая лекция – вебинар – относится к учебно-научному подстилю научного функционального стиля. В лингвистике научные жанры нередко становились предметом

исследовательского внимания [Троянская 1984; Салимовский 2002; Баженова, Котюрова 2006 и др.] и рассматривались в разных аспектах. Развивающийся сегодня дискурсивно-стилистический подход [Баженова, Ширинкина 2022] позволяет устанавливать стилистические особенности отдельных жанровых разновидностей в их обусловленности более частными – по сравнению с описанными в функциональной стилистике базовыми стилеобразующими [Кожина 1968] – экстралингвистическими условиями общения, так называемыми дискурсивными факторами.

Целью статьи является сопоставительный анализ двух субжанровых разновидностей интерактивных лекций (демо-вебинара и платного образовательного вебинара). Демо-вебинар представляет собой небольшой по продолжительности бесплатный ролик, анонсирующий образовательный продукт; платный обучающий вебинар – это полноценное лекционное занятие на определенную тему.

Т. В. Шмелева выделяет семь основных жанрообразующих признаков: коммуникативную цель, образ автора, образ адресата, образ прошлого и образ будущего, диктумное содержание и языковое воплощение речевого жанра [Шмелева 1997]. Применим эту модель речевого жанра к двум существующим сегодня на образовательном рынке разновидностям вебинара, условно названным нами демо-вебинаром и платным обучающим вебинаром. В ходе описания будем учитывать дискурсивные факторы, которые обуславливают языковые и инокодовые особенности субжанровых разновидностей вебинара.

Сопоставительный анализ субжанровых разновидностей вебинара

Основополагающим признаком жанра является его *коммуникативная цель*. В зависимости от цели Т. В. Шмелева выделяет четыре типа речевых жанров: информативные, императивные, этикетные и оценочные [Шмелева 1997: 91]. Сравнивая вебинары, мы выявили, что спикеры могут преследовать различные коммуникативные цели, которые и определяют специфику каждой субжанровой разновидности. Например, в демо-вебинаре спикер стремится не столько дать знания ученикам, сколько представить образовательный продукт (онлайн-курс), предложить его потенциальным клиентам, доказать его ценность и, наконец, выгодно продать его. В отличие от этого, на платном вебинаре спикер стремится передать ученикам большой объем знаний и заинтересовать обучаемых, а также вовлечь их в образовательный процесс для участия в следующих лекциях и целых онлайн-курсах. Таким образом, демо-вебинар по коммуникативной цели относится к императивному жанровому типу, а платный обучающий вебинар – к информативному жанровому типу.

Цель спикера на демо-вебинаре – продать продукт, который он презентует. На это указывают личные конструкции (*я советую / я рекомендую*), а также невербальные средства. Спикер выглядит презентабельно, он часто смотрит вниз, что, скорее всего, связано с дополнительной маркетинговой задачей, движения его довольно скованные. В течение демо-вебинара спикер умело дифференцирует слушателей на различные группы, чтобы каждый раз обращаться к конкретной целевой аудитории: *Скажите, пожалуйста, кто сегодня впервые на вебинаре..?; Ребята, кто еще не начал готовиться к ЕГЭ?*¹

Ведущий платного обучающего вебинара сконцентрирован на образовательном контенте, вебинар в большей степени насыщен обучающей информацией и отличается повышенной интенсивностью подачи материала. Преподаватель ведет себя неформально, активно жестикулирует, смотрит прямо в камеру – в целом, открыт для общения со слушателями.

Следующий жанрообразующий признак – **образ автора**. В обоих случаях основная коммуникативная роль спикера – «учитель», который обладает знаниями в определенной предметной области и, кроме того, является экспертом, т. е. имеет большой профессиональный опыт, позволяющий ему давать квалифицированные советы, принимать профессиональные решения и обучать других. Отсюда следуют несимметричные отношения между автором и адресатом, выражающиеся в ведущей позиции преподавателя. В зависимости от разновидности вебинара характер самопрезентации ведущего меняется, поскольку в демо-вебинаре на коммуникативную роль учителя накладывается маркетинговая функция. Так, во время демо-вебинара на слайдах демонстрируются цифровые данные, спикер интонационно выделяет статистические показатели, когда зачитывает информацию, делает акцент на количестве выпущенных учеников и на их баллах, полученных на едином государственном экзамене. На платном вебинаре самопрезентация лаконична: *Меня зовут ..., я ваш преподаватель по литературе и сегодня моя главная задача – это влюбить вас в Маяковского*. Аудитория уже знакома с лектором, поэтому у него нет дополнительной задачи убедить слушателей в своей компетентности.

Далее охарактеризуем **образ адресата** в обоих субжанровых разновидностях. Аудитория бесплатных вебинаров является потенциальным клиентом для спикера, поэтому в процессе коммуникации спикер подробно прописывает и проговаривает действия, которые помогут адресату получить образовательный продукт. Спикер многократно подчеркивает значимость аудитории, проявляет к ней подчеркнуто уважительное отношение, старается выделить своих слушателей среди других сверстников: *Над вашей подготовкой, над одной вашей подготовкой, будет работать целая команда, вы только представьте. Мы как бы запускаем проект вашей подготовки*. На платном вебинаре аудитория очень близка спикеру, он обращается к слушателям *Друзья мои*. Спикер не сомневается в знаниях аудитории, подчеркивает исключительность и преимущество знаний своих слушателей перед знаниями других школьников: *Мы познакомимся не с тем Маяковским, о котором знают обыватели, а мы поговорим о Маяковском другом, каким он вошел в список обязательных поэтов в ЕГЭ по литературе*.

Далее следуют симметричные признаки – **образ прошлого и образ будущего**. Демо-вебинар – это инициальный жанр. На демо-вебинаре спикер старается выявить тех, кто еще не начал подготовку к экзамену, кто ни разу не смотрел онлайн-курс, он берет инициативу в свои руки, чтобы привлечь внимание аудитории. Образом прошлого в этой разновидности вебинара можно считать записи других онлайн-лекций, к которым спикер отсылает учеников. Образ будущего предполагает дальнейшее развитие событий. Спикер заканчивает демо-вебинар фразой, выражающей надежду на дальнейшее сотрудничество: *Уви-*

димся в мастер-группе / До скорых встреч. В конце бесплатного вебинара примерно 15 минут уделяется презентации платного курса.

На платном обучающем вебинаре присутствует момент рефлексии, который формирует образ прошлого: *Кто помнит, когда мы с вами изучали тоническую систему стихосложения?; Вы уже знаете, что такое футуризм ... мы об этом говорили.* В ходе платного занятия спикер регулярно отсылает слушателей к дальнейшей совместной работе, анонсирует следующие темы: *В следующих сериях...*, дробя глобальную цель (успешную сдачу ЕГЭ) на несколько маленьких.

Итак, мы описали жанрообразующие признаки, обращенные «к условиям и участникам общения» [Шмелева 1997: 94]. Следующий признак – **диктумное (событийное) содержание** соотносится с тем событием, которое послужило мотивом для реализации речевого жанра, в нашем случае – мотивом проведения вебинара. Такое событие всегда значимо для участников коммуникации, спикера и слушателей, например: начало учебного года, единый государственный экзамен, предстоящее сочинение, поступление в вуз и т. д. Диктумное содержание анализируемых платного и бесплатного обучающих вебинаров – успешная сдача единого государственного экзамена, но в бесплатном к нему добавляется дополнительное событие – начало дистанционного образовательного курса, ориентированного на подготовку к ЕГЭ. Диктумное содержание эксплицируется в речи спикера часто повторяющимися номинациями событий: *экзамен, ЕГЭ, сочинение, поступление* и др.

Еще один признак – **языковое воплощение речевого жанра**. В рамках рассмотрения этого признака мы выделили структурно-смысловые и дискурсивно-стилистические особенности интерактивных лекций.

Тематическое содержание демо-вебинаров шире, чем платных вебинаров. На канале онлайн-школы встречаются вебинары, посвященные отдельным художественным произведениям, разборы целых экзаменационных вариантов, а также вебинары с «кричащими заголовками»: *Как подготовиться к ЕГЭ по литературе за 2 месяца; Лайфхаки по написанию сочинения 11; Как написать 12 сочинение по литературе на максимум?*

Форма речи вебинаров – диалог. Ведущий находится в правом нижнем углу экрана, на его фоне презентация. Он регулярно обращается к онлайн-чату, зачитывает вопросы и отвечает на них. Длительность платного вебинара – от двух до двух с половиной часов, длительность демо-версии – от 30 минут до часа. В обоих случаях вебинар представляет собой неформальное общение с установкой на кооперацию.

Композиция бесплатного вебинара обязательно включает в себя следующие структурно-смысловые блоки: «знакомство с аудиторией», «представление продукта», «образовательная часть». В платном вебинаре композиционные блоки «знакомство» и «представление продукта» отсутствуют.

Устная форма коммуникации и особая целевая аудитория (школьники) обуславливают использование спикером разговорных элементов, иногда слов с явным ограничением сферы употребления – сленгизмов: *чилить, вайб, на колленке*. Наряду с этим, в ходе изложения основной информации употребляются

термины, профессионализмы, а также характерные для рекламного дискурса речевые клише (*подписывайтесь, чтобы не пропустить; чтобы записаться к нам ... или узнать подробности, пишите кодовое слово*) и слова-маркеры (*небольшие деньги, запросы, скидки*).

На любой из изученных нами интерактивных лекций обязательно дается «кодовое слово», которое на бесплатном вебинаре становится ключом к получению информации о платном контенте, на платном – темой урока. Кодовое слово (в нашем случае слово *футуризм*) напрямую связано с темой вебинара, регулярно звучит в речи спикера, ввиду чего легко запоминается после просмотра и реализует основную (образовательную) и дополнительную (маркетинговую) функции интернет-обучения. Вместе с кодовым словом обязательно дается инструкция, как его применить.

Особое внимание следует обратить на языковые средства. Постоянные эпитеты: *полезный, результативный, понятный, четкий, должный, бесплатный* – часто встречаются в демо-версии. Выбор эпитетов обусловлен коммуникативной задачей спикера, они характеризуют рекламируемый онлайн-курс и тем самым воздействуют на восприятие адресата. На платном вебинаре спикер использует следующие эпитеты: *грандиозный, рекордный, полезный*, с помощью которых передается предметное содержание онлайн-курса. Спикер регулярно задает вопросы, чтобы удержать внимание аудитории. Интересно отметить, что при описании продукта в демо-вебинаре мы обнаружили метафорическое выражение *подготовка под ключ*. Эта метафора позволяет прийти к виртуальному соглашению между адресатом и автором, так как убеждает адресата в эффективности и надежности курса.

На платном вебинаре спикер описывает образовательный продукт с помощью кратких причастий совершенного вида, выражающих результативные действия: *доработана, усовершенствована*. Этот прием позволяет спикеру убедить слушателей в том, что качество предлагаемого им продукта весьма высокое. Установка на кооперацию создается с помощью использования личных местоимения *я, мы*. При объяснении материала спикер отдает предпочтение местоимению *мы*, акцентируя внимание на совместной цели коммуникантов.

Выводы

В современном мире под влиянием разнообразных постоянно меняющихся условий коммуникации (дискурсивных факторов) традиционная лекция преобразуется и получает новую «упаковку». Это находит отражение в комплексе вербальных и невербальных инструментов, которые применяет говорящий, выполняющий в данном случае коммуникативную роль учителя, дополняемую в рамках демо-вебинара маркетинговой функцией. Форма речи и дополнительная рекламная ориентация обуславливают использование говорящим разговорных элементов. В перспективе нами планируется изучение других субжанровых разновидностей вебинара.

Примечание

1. Здесь и далее представлены фрагменты расшифрованных автором записей вебинаров, проведённых преподавателями онлайн школы «Умскул» в период 2022–2023 гг. Записи хранятся в личном архиве автора.

Список источников

Онлайн-школа «Умскул». [Электронный ресурс]. URL: www.youtube.com/@litumsch (Дата обращения: 08.04.2023).

Список литературы

Баженова Е. А., Котюрова М. П. Жанры научной литературы // Стилистический энциклопедический словарь / под ред. М. Н. Кожинной. Москва: Флинта: Наука, 2006. С. 57–67.

Баженова Е. А., Ширинкина М. А. Дискурсивный вектор функциональной стилистики // Стылістыка: мова, маўленне і тэкст: Матэрыялы V Міжнароднай навукова-практычнай канферэнцыі, прысвечанай 100-годдзю заслужанага работніка адукацыі Рэспублікі Беларусь, доктара філалагічных навук, прафесара М.Я. Цікоцкага, Мінск, 23–24 февраля 2022 года. Мінск: Белорусский государственный университет, 2022. С. 23–30.

Бахтин М. М. Собр. соч. М.: Русские словари, 1996. Т. 5: Работы 1940–1960 гг. С. 159–286.

Кожина М. Н. К основаниям функциональной стилистики. Пермь, 1968. 252 с.

Салимовский В. А. Жанры речи в функционально-стилистическом освещении (научный академический текст). Пермь: Изд-во Перм. ун-та, 2002. 235 с.

Троянская Е. С. Полевая структура научного стиля и его жанровых разновидностей // Общие и частные проблемы функциональных стилей. Отв. ред. М. Я. Цвиллинг. Москва: Наука, 1984. С. 16–27.

Шмелева Т. В. Модель речевого жанра // Жанры речи: сб. науч. ст. Саратов: ГосУНЦ «Колледж», 1997. С. 88–98.

E. R. Startseva

Student of Philological Faculty
Perm State University

SPEECH GENRE OF WEBINAR AND IT'S SUB-GENRE TYPES

The article considers the phenomenon of virtual lecture (webinar) from the point of view of genre affiliation. The study examines educational webinars of an online school for preparing students for exams. The subgenre varieties of webinars (demo-webinar and paid training webinar) are described according to T.V. Shmeleva's model of speech genre. The structural, semantic and discourse-stylistic features of different types of webinars have been identified.

Key words: speech genre; speech genre model; subgenre; webinar; demo-webinar; training webinar.

ЛИТЕРАТУРА В КОНТЕКСТЕ КУЛЬТУРЫ

УДК 82-3

Ульяна Николаевна Калимуллина
магистрант филологического факультета
Пермский государственный
национальный исследовательский университет
uliana.elohova@yandex.ru

ФАНТАСТИКА О «ЗАТЕРЯННЫХ МИРАХ»: ОСОБЕННОСТИ ПОВЕСТВОВАНИЯ

В статье анализируется топос «затерянный мир» в романе В.А. Обручева «Плутония», рассказах А.С. Грина «Истребитель» и «Отравленный остров». Выявляются общие принципы повествования о «затерянных мирах»: изображение «затерянного мира» как труднодоступного и закрытого от людей пространства, не соответствующего всему остальному миру; наличие героев-путешественников, открывающих «затерянную землю»; присутствие фантастических и утопических элементов в повествовании. Особое внимание уделяется специфике реализации писателями сюжета путешествия в «затерянные миры». Автор статьи приходит к выводам, что во всех анализируемых произведениях топос «затерянный мир» включает мотив путешествия, образы героев-первооткрывателей, мотив несоответствия пространства «затерянной земли» остальному миру, «закрытость» и труднодоступность пространства, наличие утопических элементов. В то же время отличия в изображении затерянного мира Обручевым и Грином обусловлены жанрово-стилевым своеобразием их прозы.

Ключевые слова: топос «затерянный мир»; В.А. Обручев; А.С. Грин; утопия; научная фантастика; фэнтези.

Введение

Одной из специфичных черт мирового литературного процесса является периодическое обращение писателей к так называемому «повествованию о необычайном» [Ковтун 2006: 2], что связано с врожденной психологической тягой человека к чудесному и необыкновенному. Тяга эта становится особо ощутима писателями в переломные моменты мировой истории.

Так, всплеск интереса к фантастической литературе в начале XX в. Исследователи объясняют технической и социальной революциями: «В конце XIX – начале XX века в силу экстралитературных факторов эта форма становится чрезвычайно востребованной. На ее развитие влияет бурный рост научных, а точнее – технических изысканий, мощное внедрение техники в быт человека» [Козьмина 2017: 149]. Подобные предпосылки и обусловили чрезвычайное внимание авторов к научной фантастике, одной из разновидностей которых является географический роман приключений.

В научной литературе принято выделять две жанровые разновидности географического романа приключений – нефантастическую (где главным критерием успеха выживания героя в незнакомых условиях являются «нравственные качества, знания и практические навыки героев» [Козьмина 2017: 87]) и

фантастическую (здесь испытываются не индивидуальные качества персонажа, а «некоторое свойство, характеризующее человечество в целом» [Козьмина 2017: 87]).

К разновидности фантастического романа приключений относится произведение, которое, по мнению некоторых исследователей, открывает новую ветвь научно-фантастической литературы: «В 1912 году был опубликован роман А.К. Дойла «Затерянный мир», и с этого момента он стал образцом жанровой разновидности, названной по заглавию романа» [Козьмина 2016: 48]. Вместе с тем стоит отметить, что данный тип сюжета возникает еще в 1860-е гг. – в романе Ж. Верна «Путешествие к центру Земли».

Не углубляясь в проблему первичности того или иного произведения, отметим, что и роман Ж. Верна, и произведение А.К. Дойла соответствуют основным признакам сюжетной формы романа «о затерянных мирах»: в них реализуется мотив научного путешествия в неизведанные и труднодоступные страны, а главными героями являются ученые, исследующие эту страну в составе экспедиции [Козьмина 2016]. К особенностям таких романов Е.Ю. Козьмина относит циклическую композицию, обилие «географических описаний» и «я-повествование» [Козьмина 2016: 49].

Сюжет путешествия в «затерянные миры» особенно активно используется русскими писателями начала XX в., принадлежащими к разным направлениям фантастики – от неоромантического фэнтези (А.С. Грин) и до научной фантастики (В.А. Обручев). При этом если в некоторых произведениях данный сюжет служит средством для раскрытия художественного мира, то в других реализация данного типа сюжета является центром всего повествования.

Задача данной статьи – на основе сопоставления трех произведений о «затерянных мирах» – романа «Плутония» Обручева и двух рассказов Грина («Отравленный остров» и «Истребитель») – определить специфику воплощения топоса «затерянный мир» в произведениях разных авторов, исходя из специфики их жанровой принадлежности.

Прежде всего стоит обратиться к самому определению понятия *топос*. Согласно А.Н. Самойлову, топос – это «общее место», иными словами, общего для людей пространства смысла и достаточных оснований, для нарушения существующего закона» [Самойлов 2014: 2].

Топос «затерянный мир» в произведениях А. С. Грина и В. А. Обручева

В романе «Плутония» категория топоса «затерянный мир» становится сюжетообразующей. Мотив открытия неизвестной земли реализуется Обручевым в рамках жанровой модели географического романа приключений. При этом путешествие к «затерянной земле» становится предприятием, ради которого геофизик Труханов организывает специальную научную экспедицию: «...Земля имеет более или менее обширную внутреннюю полость, пустоту, скорее всего с маленьким центральным светилом, возможно уже погасшим. Эта полость может сообщаться с поверхностью шара одним или двумя более

или менее значительными отверстиями... Подтвердить или опровергнуть мои соображения могла только специальная экспедиция, отправленная на поиски одного из указанных отверстий...» [Обручев 1982: 75]. Открытие героями «затерянной земли» символизирует победу человека над тайнами природы, а многочисленные пояснительные отступления выполняют просветительскую функцию.

Напротив, открытие «затерянных земель» героями рассказов Грина происходит вне зависимости от их воли. Матросы в произведении «Отравленный остров» попадают на загадочный остров Фарфонт ввиду сильного шторма, из-за которого «*сорваны ветром грот и фокзейль*» [Грин 1980: 363] и погибает один из матросов. Практически в той же ситуации оказывается персонаж «Истребителя» – капитан подводной лодки Трен, сбившийся с пути из-за морской бури. Попав в таинственную бухту, герой по воле судьбы становится заложником таинственных сил, заставляющих его топить военные суда. Можно сказать, что главным фактором, выступающим в качестве движущей силы героев на пути к открытию «затерянной земли», является некая высшая воля, привлекающая их на эту землю, что соответствует романтической эстетике данных произведений.

Несмотря на то, что путешествие героев Грина по «затерянному миру» носит физический характер, в его основу автор закладывает идею духовного поиска, поскольку результатом проникновения в «затерянный мир» становится осознание героем философских истин о губительности войн и о любви к ближнему: «*Это были самые счастливые люди на всей земле, убитые эхом давно отзвучавших залпов, беспримерных в истории*» [Грин 1980: 376].

В случае же с героями Обручева результатом путешествия в «затерянный мир» становится получение научной истины, вне зависимости от сохранности вещественных доказательств этой истины. Обручев является продолжателем литературной традиции изображения «неведомой земли», сложившейся в XIX в. Цель реализации сюжета путешествия в «затерянную землю» у Обручева – предвосхищение великих открытий XX в., по масштабу сравнимых с открытием внутренней полости Земли, а также демонстрация огромных интеллектуальных и физических возможностей человека: «*...Нужно отравить или оглушить муравьев ядовитыми газами, чтобы они оставались в оцепенении в течение времени, необходимого нам для поисков наших вещей в муравейнике. Такими газами являются хлор, бром и сернистый газ. Всего легче было бы приготовить сернистый газ, если мы только найдем серу, серный колчедан или другую сернистую руду*» [Обручев 1982: 183].

Другой характерной чертой произведений о «затерянных мирах» является специфика организации художественного пространства земли, открытой героями. Здесь наблюдаются общие черты – труднодоступность и закрытость пространства от «внешнего» мира.

Так, прежде чем попасть в Плутонию, герои Обручева преодолевают спуск по снежной равнине, сопровождающийся тяжелыми для людей условиями: «*Остальные подтвердили, что уже с ночи, проведенной среди льдов барье-*

ра, самочувствие ухудшилось, ощущается давление в груди, тяжесть в голове, вялость движений; сон беспокойный, с кошмарами» [Обручев 1982: 50]. Столь же изолированными и труднодоступными оказываются и таинственный монастырь из рассказа «Истребитель», и «отравленный» остров Фарфонт, отмеченный «далеко не на всех картах, даже официальных» [Грин 1980: 362].

Еще одна особенность пространства «затерянного мира» – его принципиальное несоответствие пространству «внешнего» мира. В «Плутонии» это несоответствие выражается в целом ряде климатических и географических условий – начиная от красноватого диска Плутона, заменяющего солнце и сутками «стоявшего прямо над головами» [Обручев 1982: 36] и заканчивая разнообразной фауной: доисторическими ящерами; муравьями, чье тело достигало «около метра в длину, а голова была немного меньше человеческой» [Обручев 1982: 176] и даже первобытными людьми. Однако, несмотря на все это необычные природные явления объясняются с научной точки зрения, из-за чего они не выглядят пугающе-иррационально, вписываясь в общую картину природы Земли: «На лужайке паслось чудовище, превосходившее по своим размерам и по своему странному виду все, что путешественники до сих пор видели в Плутонии – стране вымерших исполинов... Это, конечно, стегозавр – самый оригинальный из того же отряда динозавров, к которому принадлежат и игуанодоны, и цератозавр, и виденный нами раньше трицератопс» [Обручев 1982: 164–165].

Еще одна особенность произведений о «затерянных мирах» заключается в том, что для большинства из них характерны элементы утопии. Так, при исследовании характера почвы в Плутонии, герои обнаруживают необычайно огромные залежи полезных ископаемых, способные обеспечить безбедное будущее всей планеты: «Ближайшие утесы почти черного цвета с красными и желтыми пятнами и подтеками на поверхности оказались состоящими из железной руды – сплошного магнитного железняка. Каждый удар молотка по скале обнаруживал эту руду, и только местами можно было заметить гнезда и вкрапления какой-то другой темной породы» [Обручев 1982: 143].

Плутония также напоминает утопическую страну, в которой спокойно уживаются древние млекопитающие, динозавры, гигантские насекомые и первобытные люди. Появление путешественников нарушает идиллический характер этой страны – герои начинают устанавливать здесь свои порядки: «Мы ее доставим на «Полярную звезду» как великолепный экземпляр первобытного человека, близкого к обезьянам. Какой это будет клад для антропологов!» [Обручев 1982: 270].

В рассказах Грина особенность «затерянного мира» проявляется не столько в необычных явлениях природы, сколько в происходящих на его территории иррациональных событиях, объяснить которые человеческий ум оказывается не способен. Причины массового самоубийства жителей «отравленного» острова Фарфонт так до конца и не раскрываются автором, а сами герои лишь выдвигают гипотезы о «массовых галлюцинациях и «страхе жизни» [Грин

1980: 376], которые, по их мнению, повлияли на рассудок островитян. События рассказа «Истребитель», произошедшие вблизи монастыря, трактуются одним из героев, как действие сверхъестественных сил: «— *Что же это за монастырь? — спросил Кастро. — какие демоны живут в нем?*» [Грин 1980: 356], однако сам Грин не стремится объяснить их происхождение. Все это свидетельствует о том, что топос «затерянной земли» у Грина воплощен в рамках фэнтези.

Черты утопии, характерные для романа Обручева «Плутония», присутствуют и в произведениях Грина, однако здесь они проявляются в спокойствии и природной чистоте «затерянной земли»: «*Мы стояли на берегу потока, сверкавшего синевой и белизной в изломах гранита, сомкнувшегося впереди нас, через поток, прихотливой тенисто-краснеющей аркой. По ней тянулись бархатные груды ползучей зелени... Берег пестрел цветами. На горизонте узким серпом блеснул океан. Дедушка Скоррей прочитал несколько молитв, отрывки из библии, соединил своей отжившей рукой горячие руки молодых людей, и мы вернулись к селению*» [Грин 1980: 370]. Подобные картины жизни «затерянной земли» сходны с представлениями романтиков об идеале человеческого существования, что позволяет Грину придать топосу «затерянного мира» нетипичную для подобного типа повествования романтическую окраску.

Немаловажным фактором в произведениях «о затерянных мирах» является наличие персонажей, взаимодействующих с обнаруженной ими частью мира. Роман «Плутония» следует канону жанра географического романа приключений — главные действующие лица в нем — группа ученых, каждый из которых является специалистом своего дела. Этим фактом объясняется присутствие в романе разного рода научных комментариев: «*Эта туча, так называемая жгучая, или палящая, состоит из страшно сжатых и перегретых водяных паров и газов, переполненных горячим пеплом...*» [Обручев 1982: 196]. Знания и находчивость героев помогают им преодолевать опасные ситуации, совершать научные открытия, что в итоге способствует их успешному возвращению к «исходной точке» путешествия и позволяет говорить о циклической композиции романа. Кульминацией повествования является победа исследователей над гигантскими муравьями, названными «царями юрской природы» за свою беспощадность и ум. Победа эта знаменует собой окончательное подчинение человеком природных сил.

Именно на героях и их качествах Обручев и сосредотачивает внимание читателя. Ученые, исследующие Плутонию, проявляют характерную особенность, отличающую их от героев романов Ж. Верна и А. К. Дойла — искреннюю любовь к Родине: «*Вдали, на западе, виднелся северо-восточный конец Азии — мыс Дежнева... Путешественники послали последний привет негостеприимному безлюдному берегу, все-таки составлявшему часть родной земли*» [Обручев 1982: 29]. О трепетном отношении к Родине свидетельствуют речи героев об Авачинской сопке, которая гордо именуется ими, как «наша сопка», а также искренняя радость путешественника Макшеева, по воле судьбы попавшего на корабль к соотечественникам.

В размышлениях и действиях героев, охваченных страстью к полезным человечеству открытиям, угадывается стремление к иному, лучшему мироустройству: *«До поры до времени, – возразил Капитанов, – свободное развитие России вообще задавлено самодержавием. Но переменится правительство, и мы, может быть, начнем работать в крупных масштабах, и тогда Аляска нам бы очень пригодилась»* [Обручев 1982: 30].

В отличие от персонажей романа Обручева, способных найти объяснение любому необычному явлению, герои произведений Грина – моряки, оказавшиеся заложниками загадочных обстоятельств, не способные логически объяснить то, с чем они сталкиваются. Иногда такие персонажи сами попадают под власть открытой ими земли: *«Тогда нечто сильнее меня наполнило мою душу трепетом и грустным безмолвием. Я двинулся, окруженный слепыми, к морю...»* [Грин 1980: 355]. Все это свидетельствует о фантастичности «затерянных миров» Грина.

Однако кроме героев-путешественников в рассказах Грина присутствуют и так называемые «естественные люди» – персонажи, соответствующие утопическому представлению романтиков о совершенном человеке. Являясь частью мира природы, эти персонажи становятся жертвами цивилизованных людей: *«Но здесь вообще, как я слышал, появилось множество сумасшедших. Они бродят и бредят, – всегда бредят о сияющих берегах, разрушенных синевой моря»* [Грин 1980: 356]. Конфликт человека и природы, характерный для романтического миропонимания, решается здесь победой последней. Природа в рассказах Грина – сила, которая наказывает человека за вмешательство в ее законы, восстанавливает справедливость и равновесие, а также демонстрирует герою-путешественнику свою мощь, предупреждая его об опасности, грозящей человечеству из-за невыполнения своих требований.

Выводы

Проведенный анализ позволяет сделать ряд выводов. Оба автора придерживаются общих принципов повествования «о затерянных мирах», включающих в себя: мотив путешествия, образы героев-первооткрывателей, мотив несоответствия пространства «затерянной земли» всему остальному миру, «закрытость» и труднодоступность пространства, наличие утопических элементов. Однако, несмотря на соответствие всех трех произведений общей модели повествования, каждый из авторов по-своему переосмысляет тип сюжета о путешествии в «затерянные миры».

В романе «Плутония» представлен мотив научного открытия «затерянной земли», продолжающий традицию романов Ж. Верна и А.К. Дойла. Путешествие совершается героями с целью подтверждения гипотезы о существовании неизвестной науке земли, а в качестве главных героев выступают ученые, способные разгадать тайны природы с помощью науки. В романе большое внимание уделяется изображению явлений природы, которые объясняются с научной убедительностью. Все это служит цели погрузить читателя в мир научных открытий. Отличительной чертой, выделяющей роман Обручева из ряда подоб-

ных ему произведений, являются образы героев, предстающих не только смелыми, выносливыми и находчивыми, но и искренне любящими свою Родину. Именно благодаря героям-ученым реализуется авторская интенция – представить людей, преданных своему делу, отличающихся смелостью, находчивостью и патриотизмом, в качестве образца для подражания.

Произведения Грина «о затерянных мирах» соответствуют жанрово-стилевой специфике творчества данного автора – они наполнены романтическими мотивами (борьба человека и природы; изображение героя в исключительных обстоятельствах; идеализация природы; тяготение к фантастике) и провозглашают идею о невмешательстве человека в естественный порядок вещей. «Затерянный мир» в рассказах «Отравленный остров» и «Истребитель» является средоточием иррациональных сил, олицетворяющих непостижимость и силу Природы, ее способность быть одновременно утопически-прекрасной и враждебной к человеку, не подчиняющемуся ее законам. Именно поэтому Грин не погружает читателя в особенности устройства неизведанной земли – он использует мотив путешествия как художественное средство, позволяющее донести до читателя предупреждение об опасности вторжения в мир Природы и нарушения жизни «естественного человека», а также о губительном характере военных действий. Эти идеи раскрываются с помощью образа героя-путешественника, который становится своего рода пророком, получившим некое мистическое откровение от сил Природы.

Список литературы

Грин А.С. Собрание сочинений: в шести томах. М.: Правда, 1980. Т. 6. 508 с.

Ковтун Е.Н. Фантастика, как объект научного исследования: проблемы и перспективы отечественного фантаствоведения // Русская фантастика на перекрестке эпох и культур: материалы междунар. научн. конф.: Москва. 21–23 марта 2006 г. М.: Изд-во Московского университета, 2007. С. 20–38.

Козьмина Е.Ю. Проблема типологии географического романа приключений // Вестник КГУ им. Н.А. Некрасова, 2016. № 4. С. 85–88.

Козьмина Е.Ю. Романы о «затерянных мирах»: трансформация жанровой разновидности в авантюрно-философской фантастике XX века // Балтийский гуманитарный журнал, 2016. Т. 5. № 3 (16). С. 48–51.

Козьмина Е.Ю. Фантастика начала XX века в жанровом освещении // Научный диалог, 2017. № 6. С. 148–157.

Обручев В.А. Плутония. Земля Санникова. М.: Машиностроение, 1982. 607 с.

Самойлов А.Н. Русская топика в соотношении пространства и мышления // Научные ведомости. Серия Философия. Социология. Право, 2014. № 16 (187). С. 56–66.

U. N. Kalimullina

Master Student of Philological Faculty
Perm State University

FICTION ABOUT “LOST WORLDS”: FEATURES OF THE NARRATIVE

The article analyzes the topos “the lost world” in V. A. Obruchev’s novel “Plutonia”, A. S. Green’s stories “The Fighter” and “The Poisoned Island”. The general principles of the narrative about the “lost worlds” are revealed, such as: the image of the “lost world” as an inaccessible and closed space from people that does not correspond to the rest of the world; the presence of travel heroes discovering the “lost land”; the presence of fantastic and utopian elements in the narrative. Special attention is paid to the specifics of the implementation of the plot of the journey to the “lost worlds” by each of the authors. The author of the article comes to the conclusion that in all the analyzed works the topos “the lost world” includes the motive of travel, the images of the heroes-discoverers, the motive of the discrepancy of the space of the “lost land” to the rest of the world, the “closeness” and inaccessibility of space, the presence of utopian elements. At the same time, the differences in the depiction of the lost world by Obruchev and Green are due to the genre-style originality of their prose.

Key words: topos “the lost world”; V. A. Obruchev; A. S. Green; utopia; science fiction; fantasy.

Денис Константинович Кристель
студент филологического факультета
Пермский государственный
национальный исследовательский университет
d.kristel@mail.ru

ОБРАЗЫ ДЕТЕЙ В РОМАНЕ Ф. М. ДОСТОЕВСКОГО «ПРЕСТУПЛЕНИЕ И НАКАЗАНИЕ»

Статья посвящена изучению образов детей в романе Ф. М. Достоевского «Преступление и наказание» с использованием библиографического, фидеистического, описательного, сравнительно-сопоставительного, сравнительно-исторического и типологического методов. К детским образам в романе Достоевского «Преступление и наказание» мы относим: Родиона Раскольникова, анализируя его яркое детское воспоминание, описанное в первом сне; детей Катерины Ивановны – Полечку, Лидочку и Колю; детей, связанных с эпизодами со Свидригайловым – глухонемую девочку, его юную невесту, девочку в гробу в первом сне и девочку с лицом камелии во втором. В исследовании мы проанализировали основы мировоззрения Ф. М. Достоевского, описали образы детей в романе «Преступление и наказание» и выявили их идейно-символическую функцию.

Ключевые слова: Достоевский, религиозное мировоззрение; «Дневник писателя»; образы детей; сон Раскольникова; дети Катерины Ивановны; сны Свидригайлова.

Введение

Дети для Ф. М. Достоевского – это воплощение чистоты, поскольку они никак не причастны к грехам взрослых. Обращаясь к «Дневнику писателя» 1876 г., мы находим прямое отношение писателя к детям: *«Слушайте: мы не должны превозноситься над детьми, мы их хуже. И если мы учим их чему-нибудь, чтоб сделать их лучшими, то и они нас учат многому и тоже делают нас лучшими уже одним только нашим соприкосновением с ними. Они очеловечивают нашу душу одним только своим появлением между нами»* [Достоевский 1981: 68-69]. Продолжая анализировать дневниковые записи, отметим выпуск 1877 г. (июль-август), в котором Достоевский представил читателям дело родителей Джунковских. Б. Н. Тихомиров замечал, что их обвиняли «в истязаниях собственных детей», а писатель давал «глубокое и тонкое истолкование и детской, и взрослой психологии членов этого “случайного русского семейства”» [Тихомиров 2003а]. В следующей главе Достоевский размышлял над тем, «что мог бы им сказать председатель суда». Поставив себя на эту должность, он задавался вопросами: *«Да и как не любить их? Если уже перестанем детей любить, то кого же после того мы сможем полюбить и что станет тогда с нами самими?»* [Достоевский 1983: 193]. Достоевский полагал, что ради детей «сократится мучение перерождения человеческого общества в совершеннейшее» [Достоевский 1983: 193]. Говоря об этом, Б. Н. Тихомиров утверждал, что «Достоевский неожиданно завершает статью апелляцией к некоему евангельскому обетованию Христа» [Тихомиров 2003а: 135]. Досто-

евист верно замечал, что «с этими словами в “Дневнике писателя” начинает звучать эсхатологическая тема» [Тихомиров 2003а]. Анализируя вышеприведенные эпизоды из «Дневника писателя», мы с полной уверенностью можем сказать, что они раскрывают религиозное мировоззрение Ф. М. Достоевского.

Основная часть

В «Преступлении и наказании» Достоевским показана обширная система персонажей. На литературных страницах писатель отразил образы: городского, шарманщика, квартального надзирателя, следователя, помещиков, чиновников и мещан. Мы заостряем внимание именно на образах детей. Ю. Ф. Карякин утверждал: «На мгновение кажется, будто весь роман населен, перенаселен детьми, одними детьми. И все, что там делается, делается ими. И все это делается с ними» [Карякин]. Действительно, образы детей замечаются на протяжении всего повествования.

В романе мы находим следующее высказывание Родиона Раскольникова: «Там детям нельзя оставаться детьми. А ведь дети – образ Христов: “Сих есть царствие Божие”. Он велел их чтить и любить, они будущее человечество» [Достоевский 1973: 252]. Где детям «нельзя оставаться детьми»? Ответ очевиден – в греховном мире взрослых людей. Дети у Достоевского – это идеал духовно-нравственной человеческой чистоты. Б. Н. Тихомиров утверждал, что такой взгляд Раскольникова на детей был как на «“икону Христа” (“образ Христов”»)» [Тихомиров 2005: 361]. Следовательно, в понимании Достоевского образ ребенка равен образу Христа. Многие исследователи считали аналогично. Так, к примеру, Т. А. Степанова, указывала соединение ребенка и Бога: «Младенец сливается в его уме с Христом, они сопряжены тонким смысловым единством в художественно-философской концепции Достоевского» [Степанова 1989].

Родион Раскольников

В романе Родион Раскольников представлен как двадцатитрехлетний «бывший студент», соответственно, назвать его ребенком мы не можем. Однако в произведении присутствует единственный эпизод, в котором изображено яркое для героя воспоминание из детства. Речь идет о его сновидении накануне преступления: «Приснилось ему его детство, еще в их городке» [Достоевский 1973: 46]. Характеристику «городка», который стоял «открыто, как на ладони», Ф. М. Достоевский показал глазами семилетнего Роди.

Во сне Раскольников видел лошадь, которую забивали кнутом «по глазам, по самым глазам», а затем и ломом: «лом снова со всего размаху ложится ей на спину» [Достоевский 1973: 48–49]. Достоевский описал страдания маленького Роди до самой глубины, изобразив его нравственно чистую душу: «Он плачет. Сердце в нем поднимается, слезы текут» [Достоевский 1973: 48]. Герой не чувствовал боли при случайном ударе кнутом по лицу, а со всеми усилиями и криком пытался пробиться «сквозь толпу к савраске» [Достоевский 1973: 49]. В конечном итоге ему удалось это сделать, он «обхватывает ее мертвую, окровавленную морду и целует ее, целует ее в глаза, в губы...» [Достоевский 1973: 49]. Т. А. Касаткина полагала, что Раскольников действовал сам, поскольку не желал надеяться на помощь Бога и отца. В образе отца исследова-

тельница замечала «идентичность с Богом», интерпретируя сон-воспоминание Раскольникова в качестве духовного потрясения героя [Касаткина 1994: 83].

Проснулся Раскольников в страхе «с мокрыми от поту волосами, задыхаясь», тело его «было как бы разбито», а на душе «смутно и темно» [Достоевский 1973: 49]. Увиденный сон привел героя к размышлениям: «Неужели ж я в самом деле возьму топор, стану бить по голове, размозжу ей череп...» [Достоевский 1973: 50]. Такие рассуждения вывели Раскольникова на разговор с Богом, после чего на Т-в мосту герой просил показать ему дальнейший жизненный путь: «Господи! – молил он, – покажи мне путь мой, а я отрекаюсь от этой проклятой... мечты моей!» [Достоевский 1973: 50].

Развитие мысли о том, что Достоевский изобразил чистую душу семилетнего Роди, которая жаждет идеала добра, красоты и радости, приводит нас к утверждению, что его «теория» о разделении людей на «обыкновенных» и «необыкновенных» неподлинная и несущностная. Вопреки «теории» Раскольников нашел путь к счастливой жизни – путь к Новому Иерусалиму, в который он верил. Мы разделяем мысль педагогика Достоевского о том, что человеку из детства необходимо выносить как можно больше ярких и светлых воспоминаний, которые спасут его в минуту тяжелых духовных невзгод. Так, детские воспоминания Раскольникова направили его на воскрешение к новой жизни. Г. С. Померанц утверждал: «Возвращение в мир детства – один из путей возвращения к своему подлинному “я”» [Померанц 1990: 235]. В Евангелии говорится: «если не обратитесь и не будете как дети, не войдете в Царство Небесное» [Мф. 18, 3].

Дети Катерины Ивановны

Первое упоминание о детях Катерины Ивановны встречается в момент первой встречи Раскольникова и Мармеладова в распивочной. Мармеладов говорил: «Детей же маленьких у нас трое, и Катерина Ивановна в работе с утра до ночи, скребет и моет и детей обмывает, ибо к чистоте с измалетства привыкла, а с грудью слабою и к чахотке склонною, и я это чувствую» [Достоевский 1973: 15]. Мармеладов делился отношением его жены к детям, отмечая ее характер: «Как расплачутся дети, хоть бы и с голоду тотчас же их бить начинает» [Достоевский 1973: 17].

Мармеладовы проживали в доме Козеля на четвертом этаже, который глава семейства называл «безобразным содомом», то есть непристойным местом, а свою комнату, которая была «проходной» – «углом». Раскольников при первом же визите заметил нищету, бедность, грязь, холод и бедственное положение детей. Это пространство Достоевский описывал так: «Огарок освещал беднейшую комнату <...> Всё было разбросано и в беспорядке, в особенности разное детское тряпье» [Достоевский 1973: 22]. Замечая детей, он видел, как: Леня – «спала на полу, как-то сидя, скорчившись и уткнув голову в диван», Коля – «весь дрожал в углу и плакал», а Полечка – находилась «в одной худенькой и разодранной всюду рубашке и в накинутом на голые плечи ветхом драдедамовом бурнусике» [Достоевский 1973: 22–24].

В романе Достоевский изобразил точную портретную зарисовку каждого ребенка, однако образу Полечки уделено большее внимание. Обратим внима-

ние на эпизод второго посещения Раскольников к семейству Мармеладовых. Героя, который «тихо, не торопясь» спускался по лестнице после исповеди Мармеладова, находящегося в лихорадочном состоянии, «не сознавая того, полный одного, нового, необъятного ощущения вдруг прихлынувшей полной и могучей жизни», догнала Полечка со словами благодарности. В вышеотмеченной сцене о внешности девочки говорится следующее: «Разглядел худенькое, но милое личико девочки, улыбавшееся ему и весело, по-детски, на него смотревшее» [Достоевский 1973: 146]. Портрет Полечки замечается и в дальнейшем повествовании: «Он увидел приближающееся к нему личико девочки и пухленькие губки, наивно протянувшиеся поцеловать его. Вдруг тоненькие, как спички, руки ее обхватили его крепко-крепко» [Достоевский 1973: 146]. Полечка спустилась к Раскольникову подобно небесному ангелу, а ее поцелуй являлся своего рода причастием – залогом будущего спасения главного героя. Мы полагаем, что именно поэтому Раскольников обратился к ней за помощью, то есть передал свою молитву через ребенка.

Из-за развития чахотки умственные способности Катерины Ивановны становились хуже, именно поэтому она устроила «странное зрелище, способное заинтересовать уличную публику», которое мы называем формой протеста против той жизни [Достоевский 1973: 328]. В этот момент пространство расширяется до пределов города. В этом эпизоде образ детей изображен в еще более бедственном положении. Заметим, что и здесь Достоевский заострил свое внимание на портрете Полечки, отмечая ее глаза: «Она смотрела на мать робко и потерявшись, <...> скрадывала свои слезы, догадывалась о помешательстве матери и беспокойно осматривалась кругом» [Достоевский 1973: 329]. Из вышеотмеченного эпизода становится ясно, что реальность Достоевского является абсурдной: он писал о детях, находившихся в противоестественном положении. Дети Катерины Ивановны – это дети-ангелы, находящиеся в кошмарном, грязном и греховном мире взрослых людей. Мы считаем, что их образы являются символом жизни. Через образы Полечки, Лени и Коли Достоевский показал, чистоту ребенка, которая способна спасти даже самого великого грешника.

Значение детских образов в судьбе Свидригайлова

В романе мы выделяем пять эпизодов, в которых показано значение детских образов в судьбе Свидригайлова.

Во-первых, герой совершил преступление, нарушив морально-нравственную установку, переступив через Божью заповедь «Не прелюбодействуй» – осквернил глухонемую девочку лет четырнадцати. Достоевский не останавливался на внешней и внутренней характеристике этой девочки, словами Лужина он лишь сообщал, что она «найдена была на чердаке удавившеюся», по всей видимости, из-за того, «что ребенок был... жестоко оскорблен Свидригайловым» [Достоевский 1973: 228].

Во-вторых, обратим внимание на юную невесту героя. Лицо Сикстинской Мадонны Свидригайлов называл лицом «скорбной юродивой», по замечанию Б. Н. Тихомирова, в этом юродстве на первый взгляд исключен христианский компонент, «но именно через ее сопоставление с Мадонной Рафаэля <...> возводится – как к своему пределу – к образу Богородицы» [Тихомиров 2005б:

454]. Из разговора с Дуней мы понимаем, что взаимоотношения не являлись для героя серьезными. Так, упоминая свой возраст и возраст избранницы, Свидригайлов со смехом говорил: *«Ну что ж, что мне пятьдесят, а той и шестнадцати нет? <...> Ведь заманчиво, ха-ха!»* [Достоевский 1973: 369]. Эта юная девочка была еще одной жертвой великого сладострастника. Портретные зарисовки героини характеризуют ее как чистого и невинного ребенка, Достоевский писал: *«Эти детские еще глазки, эта робость и слезинки стыдливости»*, – являлись для Свидригайлова *«лучше красоты»* [Достоевский 1973: 369]. Однако дети, как говорил Раскольников в отмеченной нами ранее цитате, – это «образ Христов». Соответственно, мы можем утверждать, что Свидригайлов с пренебрежением относился не только к телу, но и к душе своей юной невесты.

В-третьих, эпизод, связанный с прибытием Свидригайлова в гостиницу «Адрианополь» после встречи с невестой. Находясь в номере, герою представился *«прелестный пейзаж»*. В этой сцене наблюдается контраст, поскольку мрак и холод из реальности резко сменяются в сновидении на *«светлый, почти жаркий день, праздничный день, Троицын день»* [Достоевский 1973: 391]. Б. Н. Тихомиров объяснял эти противоречия, обращаясь к «народным верованиям и обрядам праздничного комплекса так называемого Троицкого цикла» [Тихомиров 2005б: 475]. Свидригайлов видел *«Богатый, роскошный деревенский коттедж, <...> он поднялся по лестнице и вошел в большую, высокую залу»*, где *«на покрытых белыми атласными пеленами столах»* находился гроб, в котором лежала девочка: *«Эта девочка была самоубийца – утопленница»* [Достоевский 1973: 391]. Она была *«в белом тюлевом платье, со сложенными и прижатыми на груди, точно выточенными из мрамора, руками. <...> венок из роз обвивал ее голову»* [Достоевский 1973: 391]. Важной деталью в портрете героини является улыбка, наполненная *«какой-то недетской, беспредельной скорби и великой жалобы»* [Достоевский 1973: 391]. Б. Н. Тихомиров, комментируя этот эпизод, утверждал, что этот ребенок – это «жертва насилия Свидригайлова», наделенная приметами, «которые находят соответствие с образом русалки, как он предстает в славянских народных верованиях» [Тихомиров 2005б: 475]. Мы считаем, что Достоевский внимательно остановился на ангельско-чистой душе юной девочки, утверждая, что она была залита *«незаслуженным стыдом»*, а *«крик отчаяния»* был *«нагло поруганный в темную ночь, во мраке, в холоде, в сырую оттепель, когда выл ветер»* [Достоевский 1973: 391].

Заметим, что это не единственное сновидение Свидригайлова, в котором центральное место занимал образ ребенка. К. А. Степанян полагал, что сны «не повторяют в точности прошедшее, а всегда трансформируют его в зависимости от подсознания человека» [Степанян 2014: 152]. Очнувшись от представленного, он отправился расплачиваться за номер и в коридоре увидел *«девочку лет пяти, <...> дрожавшую и плакавшую»*, она была *«в измокшем, как поломанная тряпка, платьишке»* [Достоевский 1973: 392]. В портрете девочки Достоевский отметил ее глаза, которые были *«большими черными»*, а лицо – *«бледное и изнуренное»* [Достоевский 1973: 392]. Однако в последующем повествовании наблюдается контраст. Во-первых, речь идет о цвете ее лица – *«лихорадочный румянец»* [Достоевский 1973: 393]. Во-вторых, о взгляде, который становился

«недетски-подмигивающим», а позже и вовсе «огненным и бесстыдным» [Достоевский 1973: 393]. В-третьих, об улыбке, переходящей в «смех, явный смех», в котором было «что-то бесконечно безобразное и оскорбительное» [Достоевский 1973: 393]. Все это Достоевский называл «мерзостью» на лице ребенка: «это лицо камелии, нахальное лицо продажной камелии из французенок» [Достоевский 1973: 393]. Комментируя вышеприведенный эпизод, Б. Н. Тихомиров полагал, что «Камелия – наименование “дам полусвета”, женщин “легкого” поведения в аристократической сфере» [Тихомиров 2005б: 477]. В связи с этим мы делаем вывод, что в образе маленького ребенка заложена функция нравственного порока Свидригайлова. Речь идет о разврате, то есть о греховном состоянии души героя.

Из этих рассуждений следует, что образы детей, которые оказали влияние на судьбу Свидригайлова, являются воплощением его грехов.

Выводы

В работе мы описали образы детей в романе «Преступление и наказание» и выявили их идейно-символическую функцию. Для Достоевского детские образы архетипичны, он искал в них идеал духовно-нравственной человеческой чистоты. Именно поэтому в ребенке писатель видел связь Бога и человека.

Список литературы

Достоевский Ф. М. Полное собрание сочинений: в 30 т. Л.: Наука. 1972–1990.

Карякин Ю. Ф. Достоевский: Все – «дитё». [Электронный ресурс]. URL: <https://karyakinyury.com/ru/articles/1971/1971dite.html> (Дата обращения: 29.04.2023).

Касаткина Т. А. Категория пространства в восприятии личности трагической мироориентации (Раскольников) // Достоевский: Материалы и исследования. Т. 11. СПб.: Наука. 1994. 81–89 с.

Померанц Г. С. Открытость бездне. Встречи с Достоевским. М.: Советский писатель. 1990. 384 с.

Степанова Т. А. Художественно-философская концепция детства в творчестве Ф.М. Достоевского. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.disserscat.com/content/khudozhestvenno-filosofskaya-kontseptsiya-detstva-v-tvorchestve-f-m-dostoevskogo> (Дата обращения: 03. 05. 2023).

Степанян К. А. Путеводитель по роману Ф. М. Достоевского «Преступление и наказание»: Учебное пособие. М.: Издательство Московского университета. 2014. 208 с.

Тихомиров Б. Н. Дети в Новом Завете глазами Ф. М. Достоевского. [Электронный ресурс]. URL: <http://dostoevsky.rhga.ru/section/kritika-i-refleksii/deti-v-novom-zavete-glazami-dostoevskogo-postanovka-problemy.html> (Дата обращения: 20.04.2023).

Тихомиров Б. Н. Лазарь! Гряди вон. Роман Ф. М. Достоевского «Преступление и наказание» в современном прочтении: Книга-комментарий. СПб.: Серебряный век. 2005. 472 с.

D. K. Kristel

Student of Philological Faculty

Perm State University

**THE CHILDREN'S IMAGES IN THE NOVEL
OF "CRIME AND PUNISHMENT» BY F. M. DOSTOEVSKY**

The article is devoted to the research of the children's images in the novel of «Crime and Punishment» by F. M. Dostoevsky, written in 1866 using such methods as bibliographical, fideistichesky, descriptive, comparatively mating, comparatively historical and typological. To children's images we refer Rodion Raskolnikov, analyzing his bright childish memories described in the first dream; we also refer Ekaterina Ivanovna's children: Polechka, Lidochka, Kolya and also children concerning Svidrigailov's episodes – a deaf mute (deaf-and-dumb) girl, his young bride, a girl in a coffin in the first dream and a camellia faced girl in the second dream. In the research we are analyzing the background principals of F. M. Dostoevsky's world outlook, we are describing the children's images in the novel and are finding out their basic ideas and symbolical function.

Key words: Dostoevsky; religious outlook; "Writer's notes"; children's images; Raskolnikov's dream; Ekaterina Ivanovna's children; Svidrigailov's dreams.

УДК 821.1 61.1

Эвелина Сергеевна Кулагина
студент филологического факультета
Санкт-Петербургский государственный университет
evelinacool2002@yandex.ru

**КОРОВЬЕВ-ФАГОТ И ЧЁРТ ИЗ КОШМАРА ИВАНА ФЁДОРОВИЧА:
ОБ ОДНОМ ИЗ ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ ПРЕТЕКСТОВ
РОМАНА М.А. БУЛГАКОВА «МАСТЕР И МАРГАРИТА»**

Сходство Коровьева-Фагота с героями произведений Ф.М. Достоевского описано в «Булгаковской энциклопедии» с разной степенью подробности. О вероятной схожести Коровьева с чёртом («Братья Карамазовы») сказано лишь мельком. В рамках настоящей статьи предпринимается попытка сопоставления Коровьева-Фагота («Мастер и Маргарита») и чёрта из кошмара Ивана Фёдоровича («Братья Карамазовы») и рассмотрения произведения Достоевского в качестве одного из претекстов романа Булгакова.

Ключевые слова: М.А. Булгаков; Ф.М. Достоевский; Коровьев; чёрт; претекст.

Сходство героя романа М.А. Булгакова «Мастер и Маргарита» Коровьева-Фагота с персонажами произведений Ф.М. Достоевского отмечено в «Булгаковской энциклопедии» [Соколов 1996], однако не во всех случаях сопоставление одинаково детально. Так, Б.В. Соколов уделяет много внимания сравнению Коровьева и Коровкина из повести «Село Степанчиково и его обитатели». Достаточно детально рассматриваются поведение героев, их одежда и манера речи. Меньше внимания уделено внешности и более частным деталям, которые вполне убедительно указывают на сходство персонажей. О других героях Достоевского говорится мельком. Соколов упоминает «кошмар в брюках» Алексея Турбина, «генетически связанный» с Кармазиновым из «Бесов», и «материализовавшегося чёрта из разговора Ивана Карамазова с нечистым» [Соколов 1996: 247]. В последнем случае автор не называет аспекты, по которым эти персонажи сравниваются. Вероятно, для него сопоставление очевидно, а потому он не дает обоснования для подобного соотнесения.

В настоящей статье мы не только постараемся сопоставить Коровьева-Фагота и чёрта из «Братьев Карамазовых» по ряду выделенных критериев и отметим основные сходства персонажей, но и рассмотрим произведение Достоевского как потенциальный претекст романа Булгакова.

Определенные сходства можно найти в описании внешнего вида героев. Они носят похожую одежду. Чёрт из «Братьев Карамазовых» одет в «коричневый пиджак» [Достоевский 1976: 70]¹, «клетчатые панталоны» [Достоевский: 70]. Коровьева же автор не раз называет «клетчатым» [Булгаков 1990: 9]² из-за его костюма – «клетчатого кургузого пиджачка» [Булгаков: 9] и «клетчатых брючек» [Булгаков: 47]. В портретах обоих героев делается акцент на их неопрятности: одежда чёрта, с которым беседует Иван Карамазов, не самого свежего вида: пиджак у него «поношенный и совершенно вышедший из моды» [До-

стоевский: 70], панталоны «слишком светлы» [Достоевский: 70], бельё «грязновато» [Достоевский: 70], а шарф «очень потерт» [Достоевский: 70]. У Коровьева же из-под чересчур подтянутых брюк видны «грязные белые носки» [Булгаков: 47]. Упомянем и треснувшее пенсне Фагота, которое на время бала Сатаны он заменит на монокль – тоже треснувший. Так и чёрт Достоевского носит в качестве аксессуара «*черепаховый лорнет на черной ленте*» [Достоевский: 71]. Отметим наличие у героев головных уборов: знаменитый «*жокейский картузик*» [Булгаков: 47] или, как его еще называет Булгаков, «*жокейскую шапочку*» [Булгаков: 94] Коровьева и «*мягкую белую пуховую шляпу*» [Достоевский: 70], которую не по сезону принес с собой чёрт. Мельком скажем и о наличии бороды – у героя Достоевского – и усов, а, точнее, «*усишек*» [Булгаков: 242] – у Фагота, хотя это сравнение кажется наиболее слабым и, с большой долей вероятности, случайным.

При сравнении портретов персонажей может сложиться впечатление, что Булгаков при создании образа Коровьева держал в памяти образ чёрта из «Братьев Карамазовых» и в чем-то на него ориентировался, заимствуя определенные черты внешности и костюма.

Сходства можно найти и в поведении героев. Чёрт Достоевского ведет себя учтиво, вежливо, совсем как приживальщик (именно так его называет Иван): «*ласково усмехнулся*» [здесь и далее курсив мой. – Э. К.] [Достоевский: 71], «*мягкозасмеялся*» [Достоевский: 72], «*с деликатностью и достоинством проговорил*» [Достоевский: 73], «*в припадке некоторой часто приживальщицкой и уже вперед уступчивой и добродушной амбиции*» [Достоевский: 73]. Не раз автор называет его джентльменом, обращая тем самым внимание на его манеры. Нечистый сам признается, что «*старается быть приятным*» [Достоевский: 73], но люди его не понимают и потому постоянно на него клеветают. На агрессию со стороны Ивана чёрт не отвечает. Напротив, от этого он становится еще более услужливым. Он нарочно дразнит собеседника, посмеиваясь над ним: «*Гость говорил <...> все более возвышая голос и насмешливо поглядывая на хозяина*» [Достоевский: 84]. Так и Коровьев постоянно пытается угодить собеседникам и произвести на них хорошее впечатление, чтобы их было проще одурачить. Ухищрениями и изысканными манипуляциями он убеждает Босого в правомерности своего нахождения в нехорошей квартире и дает ему взятку; перед дядей Берлиоза притворяется страдающим и скорбящим; любезничает с гражданкой в доме Грибоедова, чтобы попасть в ресторан вместе с Бегемотом. Важно, что при описании поведения героя не раз используются такие слова, как «*сладко*» [Булгаков: 95], «*нежно*» [Булгаков: 343], «*благожелательно*» [Булгаков: 345] (вспомним, как мягко и нежно беседует с Иваном Карамазовым чёрт).

Обращает на себя внимание и положение героев в обществе или, иначе говоря, их статус. На ум сразу приходит множество титулов Коровьева-Фагота: он и переводчик при профессоре-иностранце, и гаер, и бывший регент. Как отмечает Соколов в той же «Булгаковской энциклопедии», «подручный Воланда только по необходимости надевает различные маски-личины: пьяницы-регента, гаера, ловкого мошенника, проныры-переводчика при знаменитом иностранце и др.» [Соколов 1996: 247]. С чёртом Достоевского подобной перемены не про-

исходит — на протяжении всей главы он остается заурядным, ничем не выдающимся бесом. Своего гостя Иван Карамазов не раз называет приживальщиком и лакеем. Оба героя оказываются обычными чертями, их нельзя сравнить, скажем, с Мефистофелем или с тем же Воландом по величию и силе. Гость Ивана Карамазова издевается над собеседником: *«Ты оскорблен, во-первых, в эстетических чувствах твоих, а во-вторых, в гордости: как, дескать, к такому великому человеку мог войти такой пошлый чёрт?»* [Достоевский: 81]. Помимо этого, он признается, что сначала хотел явиться к Ивану *«в виде отставного действительного статского советника, служившего на Кавказе, со звездой Льва и Солнца на фраке»* [Достоевский: 82], а до этого смеется и предполагает, каким бы его хотел видеть Иван: *«Злишься на меня за то, что я не явился тебе как-нибудь в красном сиянии, “гремя и блистая”, с опаленными крыльями»* [Достоевский: 81]. Эти рассуждения чёрта говорят о его умении принимать различные облики и играть бесчисленные роли в зависимости от ситуации. Подобное перевоплощение, в частности, происходит с Коровьевым в финале романа. Из смешливого регента-переводчика он превращается в мрачного рыцаря.

Стоит осветить и вопрос реальности героев. Так, насчет материального воплощения Коровьева сомневаться не приходится. Он является москвичам под видом простого, но странноватого человека. Многие его видели и запомнили, что впоследствии отразилось в эпилоге романа, когда подробно описывается расследование всех странностей, произошедших в городе во время пребывания Воланда со свитой. Большую часть злодеяний приписали Коровьеву: *«Преимущественно подозрение <...> падало на Коровьева»* [Булгаков: 375], *«Это он, Коровьев, погнал под трамвай Берлиоза на верную смерть. Это он свел с ума бедного поэта Ивана Бездомного, он заставлял его грезить и видеть в мучительных снах древний Ершалаим <...>. Это он и его шайка заставили исчезнуть из Москвы Маргариту Николаевну и ее домработницу, красавицу Наташу»* [Булгаков: 377]. Можно предположить, что если во всех преступлениях обвиняли Фагота, то, следовательно, в его реальности никто не сомневался. Более того, героя провозгласили не просто мошенником, но умелым и ловким гипнотизером.

При этом нельзя не вспомнить самое первое появление Коровьева в романе. Это значительно обостряет проблему материальности героя. Так, он является Берлиозу в виде *«соткавшегося из воздуха»* [Булгаков: 8] прозрачного призрака, парящего над землей. Герой описывает его Бездомному как нечто нереальное: *«Даже что-то вроде галлюцинации было»* [Булгаков: 9]. В этом Коровьев сближается с чёртом из «Братьев Карамазовых» — Иван Федорович так и не сможет разобраться, был ли нечистый его галлюцинацией или реальным, воплотившимся в виде реального человека гостем.

Здесь же стоит обратить внимание на состояние Берлиоза в тот момент, когда ему явился Коровьев. Герой недостаточно хорошо себя чувствует. В первой главе, еще до появления Воланда, несколько раз автор отмечает сильную жару и зной. Прямо перед появлением Фагота Берлиоз испытывает *«необоснованный, но столь сильный страх, что ему захотелось тотчас же бежать с Патриарших без оглядки»* [Булгаков: 8]. Сам герой такое состояние объясняет

усталостью и переутомлением. А уже после странного видения Берлиоз продолжает нервничать, несмотря на все попытки успокоиться и отвлечься. Все это указывает на его перевозбужденное состояние, в частности – на волнение и предчувствие чего-то ужасного, что и произойдет с Берлиозом после беседы с Воландом.

Теперь обратимся к роману Достоевского, где вопрос о реальности чёрта остается открытым. Иван не может решить, видит ли он галлюцинацию, разговаривает ли с настоящим, воплотившимся нечистым (как уверяет его непрощенный гость) или все это – плод его воображения и помутненного рассудка. Здесь, безусловно, нужно помнить о состоянии Ивана Карамазова. О его самочувствии говорится в самом начале главы: *«Он был теперь, в этот вечер, именно как раз накануне белой горячки, которая наконец уже вполне овладела его издавна расстроенным, но упорно сопротивлявшимся болезни организмом»* [Достоевский: 69]. Более того, непосредственно перед появлением чёрта состояние Ивана описывается так: *«Когда же он вступил в свою комнату, что-то ледяное прикоснулось вдруг к его сердцу, как будто воспоминание, вернее, напоминание о чем-то мучительном и отвратительном, находящемся именно в этой комнате теперь»* [Достоевский: 69]. Как нам кажется, это описание оказывается созвучным с описанием ужаса, внезапно нахлынувшего на Берлиоза. Это наблюдение позволяет выявить еще одно сходство Коровьева и чёрта – они оба являются людям нездоровыми, переутомленными и находящимся в сильном напряжении.

Можно выделить еще один любопытный аспект, сближающий героев Булгакова и Достоевского. В «Братьях Карамазовых», когда чёрт начинает философствовать, рассказывать анекдот про квадриллион километров и пересказывать теорию геологического переворота – сочинения Ивана, – повествователь все реже прерывает его и в целом достаточно редко комментирует его слова и поведение. Контрастируют с этим многочисленные комментарии к действиям Ивана. Наконец, в какой-то момент о чёрте говорится не иначе, как о «голосе» [Достоевский: 83]. Благодаря этому создается ощущение, что здесь автор словно намекает, что на самом деле никакого чёрта в комнате нет, а все, что происходит с Карамазовым, – лишь галлюцинации или вовсе событие, происходящее у него в воображении. Более того, в конце главы прямо указано на то, что чёрта не было: стакан, брошенный Иваном в гостя, стоит на столе, а полотенце, которое он прикладывал к голове, лежит на своем месте. Здесь, вероятно, можно провести параллель с эпизодом из «Мастера и Маргариты», когда милиция проверяет нехорошую квартиру после ареста Босого: *«Но никакого Коровьева никто в доме не знал и не видел. Квартира, занимаемая покойным Берлиозом и уехавшим в Ялту Лиходеевым, была пуста, и в кабинете мирно висели никем не поврежденные сургучные печати на шкафах»* [Булгаков: 157]. Ни Фагот, ни чёрт не оставляют после себя следов.

В комментариях Г. А. Лескиса к роману Булгакова присутствует еще один потенциальный критерий для сопоставления: «Фамилия [Коровьев] могла ассоциироваться у Булгакова с Коровкиным из “Братьев Карамазовых”, которому Иван рассказал когда-то “анекдот” о грешнике, осужденном идти “во

мраке квадриллион километров”, прежде чем “ему отворят райские двери”» [Булгаков: 648]. Такое замечание кажется любопытным: исследователь упоминает фамилию Коровкин, но при этом не ссылается на «Село Степанчиково» Достоевского, хотя в этом произведении, как уже было отмечено Соколовым, есть персонаж с точно такой же фамилией. В «Братьях Карамазовых» о Коровкине, товарище Ивана Федоровича, говорится всего один раз: «Мне было тогда семнадцать лет, я был в гимназии... я этот анекдот тогда сочинил и рассказал одному товарищу, фамилия его Коровкин, это было в Москве» [Достоевский: 79]. В качестве обоснования справедливости подобного сравнения приведем цитату из эпилога булгаковского романа: «Попались в разных местах, кроме того, девять Коровиных, **четыре Коровкина** и двое Караваевых» [Булгаков: 375]. Как можно видеть, эта фамилия упоминается при перечислении людей, пострадавших в ходе следствия, когда пытались найти настоящего Коровьева. Вероятно, именно этот фрагмент текста имел в виду Лескисс, предполагая возможную ассоциативную связь, возникшую у Булгакова при создании образа Коровьева. Обращает на себя внимание указание на тот факт, что Иван сочинил и рассказал свой анекдот в Москве. Вспомним роман Булгакова, в котором одна из сюжетных линий разворачивается именно в Москве.

Наконец, остановимся подробнее на эпизоде, где чёрт рассказывает анекдот про квадриллион километров, и попробуем разобраться, насколько важен оказывается мотив шутки-анекдота при сопоставлении двух героев.

У Достоевского Коровкин напрямую связан с анекдотом, так как он является первым слушателем этого сочинения Ивана. Карамазов до сих пор помнит фамилию своего приятеля-гимназиста. Булгаковский Коровьев также оказывается связан с шутковством и анекдотами. Однако он шутит сам, то и дело насмехаясь над москвичами. Причина его постоянного шутковства раскрывается в финале романа. Герой преображается – на его лице уже нет извечной улыбки, как нет и вечно смеющегося взгляда. Он задумчив, «с мрачнейшим и никогда не улыбающимся лицом» [Булгаков: 368]. Воланд объясняет резкую перемену так: «Рыцарь этот когда-то неудачно пошутил, – ответил Воланд, поворачивая к Маргарите свое лицо с тихо горящим глазом, – его **каламбур**, который он сочинил, разговаривая о свете и тьме, был не совсем хорош. И рыцарю пришлось после этого **прошутить** немного больше и дольше, нежели он предполагал» [Булгаков: 368]. Коровьев вынужден страдать от собственного неудачного каламбура, связанного, очевидно, с религиозной тематикой. То же самое можно сказать и об анекдоте Ивана Карамазова, в котором тема религии также находит непосредственное отражение. В обоих случаях каламбур и анекдот влекут негативные последствия для персонажей. Чёрт использует анекдот про квадриллион километров против Ивана, пересказывая его с явной издевкой, а Коровьев вынужден шутить из-за собственного каламбура.

Таким образом, у Коровьева и нечистого, явившегося Ивану Федоровичу, действительно есть некоторые общие черты. Будучи похожими внешне, персонажи отчасти схожи в своем поведении и отношении к собеседникам, важной представляется и связь обоих персонажей с мотивом шутки-анекдота. Вероятно, Булгаков при создании Коровьева мог в чем-то ориентироваться на чёрта из

«Братьев Карамазовых», однако всё это было творчески переработано и адаптировано в соответствии с авторским замыслом. Так или иначе, подобное сопоставление расширяет литературный контекст, в который оказывается включен Коровьев-Фагот.

Примечания

1. В дальнейшем ссылки на это издание даются с указанием фамилии автора и номером страницы, номер тома и год издания опускаются.

2. В дальнейшем ссылки на это издание даются с указанием фамилии автора и номером страницы, номер тома и год издания опускаются.

Список литературы

Булгаков М.А. Собрание сочинений: В 5 т. Т. 5. Мастер и Маргарита. Письма. М.: Худ. лит., 1990. 733 с.

Достоевский Ф.М. Полное собрание сочинений: В 30 т. Т. 15. Братья Карамазовы. Кн. 11–12. Эпилог. Рукописные ред. Л.: Наука, 1976. 623 с.

Соколов Б. М. Булгаковская энциклопедия. М.: Локид, Миф, 1996. 586 с.

E. S. Kulagina

Student of Philological Faculty
Saint Petersburg State University

KOROVIEV-FAGGOT AND THE DEVIL FROM IVAN FEDOROVICH'S NIGHTMARE: A FEW WORDS ABOUT ONE OF THE POTENTIAL PRETEXTS OF M. A. BULGAKOV'S NOVEL «THE MASTER AND MARGARITA»

The similarity of Koroviev-Faggot with the heroes of F. M. Dostoevsky's novels is described in the Bulgakov Encyclopedia with varying degrees of detail. Koroviev's probable resemblance to the devil ("The Brothers Karamazov") is mentioned only briefly. In this article we attempt to compare Koroviev-Faggot ("The Master and Margarita") and the devil from Ivan Fedorovich's nightmare ("The Brothers Karamazov") and consider Dostoevsky's work as one of the pretextes of Bulgakov's novel.

Key words: M.A. Bulgakov; F.M. Dostoevsky; Koroviev; devil; pretext.

Лев Олегович Мысовских
аспирант филологического факультета
Уральский федеральный университет
им. первого Президента России Б. Н. Ельцина
levmisov@yandex.ru

РАЗВИТИЕ ЭКЗИСТЕНЦИАЛЬНОЙ ПАРАДИГМЫ ХУДОЖЕСТВЕННОГО СОЗНАНИЯ В ЛИРИКЕ М. Ю. ЛЕРМОНТОВА 1836–1839 ГОДОВ¹

В настоящем исследовании проведен анализ поэтических произведений второго этапа творчества М. Ю. Лермонтова (1836–1839 гг.). Показано наличие в работах русского классика ряда концептов, характерных для философии экзистенциализма. Утверждается, что в лирике рассматриваемого периода прослеживается параллель мировоззрения Лермонтова с экзистенциальными концептами, выведенными основателем экзистенциализма С. Кьеркегором. Автор статьи делает вывод, что Лермонтов для спасения от экзистенциального отчаяния находит выход, который показывал в своих трудах С. Кьеркегор, полагавший, что экзистенциальный индивид способен обрести истинную свободу и избавиться от страха, только поняв ложность своих устремлений, не подкрепленных верой в Бога.

Ключевые слова: экзистенциализм; русская литература; теория литературы; культурология; поэзия; философия; Лермонтов.

Введение

К середине 1830-х гг. можно уже с уверенностью говорить о том, что творчество М. Ю. Лермонтова достаточно последовательно отражает его вполне сформировавшееся к этому времени мировоззрение. Теперь Лермонтов преодолевает экзистенциальную амбивалентность, характерную для его раннего творчества, когда русский классик испытывал влияние романтической поэзии Байрона. Тем не менее в изысканиях современных исследователей показано, что именно «экзистенциальная амбивалентность в итоге придала Лермонтову особую независимость от Байрона» [Мысовских 2023: 61]. В лирике второй половины 1830-х гг. можно проследить развитие экзистенциальной парадигмы художественного сознания Лермонтова, который в своем творчестве «формирует идеал человеческой экзистенции» [Mysovskikh 2022: 87]. В частности, поэт все более начинают волновать элементы мрачной сущности человеческой души. Так, в стихотворении «Еврейская мелодия» (1836) Лермонтов призывает певца извлечь из золотой арфы «звуки рая», чтобы надежды, все еще живущие в его груди, пробудились и слезы потекли рекой. Поэту не нужны веселые песни, ему нужны слезы, иначе его сердце разорвется от муки, оно полно, «как кубок смерти, яда полный» [Лермонтов 2014: 271]. Тут очевидна параллель мировоззрения Лермонтова с концептом отчаяния, выведенным основателем экзистенциализма С. Кьеркегором, который трактовал отчаяние как порок человеческого духа, «болезнь к смерти», ибо «отчаяние – это не просто худшее из страданий, но наша гибель» [Кьеркегор 2014а: 31].

Лермонтов и экзистенциализм

Неизгладимое впечатление произвела на Лермонтова смерть А. С. Пушкина, воспринятая им не просто как физическая кончина человека, но как уничтожение уникальной экзистенции. С позиций экзистенциальных теорий С. Кьеркегора, смерть не является универсальным явлением, так как каждый человек осознает ее уникальным образом, то есть смерть, по С. Кьеркегору, субъективна, поэтому он считает, что «для христианина смерть – вовсе не конец всего, и не простой эпизод в единственной реальности, каковой является вечная жизнь» [Кьеркегор 2014а: 27]. Лермонтов сразу после смерти Пушкина пишет первые 56 строк своего знаменитого стихотворения «Смерть поэта», пронизанные гневом, отчаянием и трагизмом. Несколько дней спустя, 7 февраля, ошеломленный поддержкой Дантеса в высшем обществе, Лермонтов добавил еще 16 строк с горькими обвинениями уже не только самого Дантеса, бесчувственного искателя удачи, но и коррумпированного судебного аппарата и всего высшего общества. Отчаяние Лермонтова в этих строках достигает своего предела, и единственной надеждой поэта остается лишь Божий суд, на справедливость которого уповает поэт, не надеясь более найти правосудия в бренном мире. Подчеркивая экзистенциально-религиозные основания для разделения в поэзии Лермонтова мира вечного и мира бренного, О.В. Зырянов отмечает, что это «не просто два сообщающихся, хотя и полярных мира, но именно процесс “преображения” одного мира в другой, изживание экзистенциальной драмы, сакрализация природного начала, возведение его в культ» [Зырянов 2002: 111]. Таким образом, Лермонтов для спасения от поглотившего его отчаяния находит выход, который показывал в своих трудах С. Кьеркегор, полагавший, что экзистенциальный индивид способен обрести истинную свободу и избавиться от страха, только поняв ложность своих устремлений, не подкрепленных верой в Бога: «Единственное, что поистине способно обезоружить софистику страха, – это вера, мужество верить, что само состояние страха является новым грехом, мужество бесстрашно отказаться от страха, а на это способна только вера; вера не может тем самым уничтожить страх, но сама, будучи вечно юной, снова и снова выпутывается прочь из смертного мгновения страха» [Кьеркегор 2014б: 143].

По Кьеркегору, отчаяние перед лицом смерти может быть преодолено верой. Именно это мы и наблюдаем в финале лермонтовского стихотворения, где вера в высшую справедливость Божьего суда помогает поэту удержаться от падения в бездну безумия перед лицом осознания неизбывной трагичности и несправедливости человеческого бытия. В. В. Зеньковский, анализируя поэзию Лермонтова сквозь призму религиозного направления экзистенциализма, пришел к выводу, что это «поэзия земного бытия, все тот же гимн “существованию”, переходящий в философский экзистенциализм» [Зеньковский 1960: 40–41].

Стихотворение «Ветка Палестины» Лермонтов датирует 1836 г. Но существует мнение, что оно написано в 1837 г. и связано с событиями, которые происходили после написания «Смерти поэта». По словам А. Н. Муравьева [Муравьев 1871: 23–25], писателя и друга Лермонтова, последний обратился к нему за помощью перед лицом неминуемой угрозы, возникшей из-за того, что он напи-

сал стихотворение на смерть Пушкина. Лермонтов хотел, чтобы Муравьев заручился помощью своего двоюродного брата А. Н. Мордвинова. Пока Лермонтов ждал возвращения Муравьева, он увлекся несколькими пальмовыми ветвями, положенными в молитвенной комнате перед иконами, и написал стихотворение «Ветка Палестины», в котором поэт также обращается к религиозной тематике. В последнем четверостишии наблюдается четко выраженное умиротворение поэта и позитивный настрой: *«Прозрачный сумрак, луч лампы, / Кивот и крест, символ святой... / Всё полно мира и отрады / Вокруг тебя и над тобой»* [Лермонтов 2014: 273]. В финале стихотворения Лермонтов показывает счастливый конец: возвращение домой или обретение дома.

Следующие три стихотворения, «Узник» (1837), «Сосед» (1837), «Когда волнуется желтеющая нива» (1837), по-видимому, не менее тесно связаны со смертью Пушкина. Вероятно, они были написаны, когда Лермонтов находился под арестом. «Молитва» (1837), возможно, была написана там же или вскоре после освобождения. Из этих стихотворений первое, «Узник», является выражением стремления вырваться из плена. В первой строфе представлены мечты узника, однако описанные далее реалии делают фантазии первой строфы невозможными. Финал вызывает в воображении картину, полностью противоположную фантазиям первой строфы. Также Лермонтов описывает состояние одиночества узника. Понятие *одиночеств* как качества экзистенциального широко представлено в творчестве западноевропейских экзистенциалистов XX века. Однако некоторые авторы применяют его и к экзистенциальной философии С. Кьеркегора, вкладывая в данное понятие религиозное содержание. Так, Н. В. Бедрицкая пишет: «Для Кьеркегора высокое значение одиночества, уединения заключается в том, что оно ведет к Богу. Но и иначе: путь к Богу – всегда путь одинокого» [Бедрицкая 2008: 19].

В стихотворении «Когда волнуется желтеющая нива» Лермонтов не сразу обращается к образу Бога, но постепенно приходит к Нему через одушевление природы. В первой строфе одушевление минимально: природа *«волнуется»*, *«шумит»*, *«прячется»*. Во второй строфе появляется антропоморфизм: ландыш *«кивает головой»*. В третьей строфе природа наделяется возможностью сложных действий: она играет и рождает *«таинственную сагу»*. Таким образом, мы наблюдаем прогрессивное движение от природы неодушевленной к природе, способной говорить и передавать поэту Истину, благодаря которой он обретает способность постигнуть счастье и узреть Бога.

«Молитва» может дать важное представление о двойственном отношении Лермонтова к религии и к Богу. Когда Лермонтов думает о Боге в связи с творением, с самим собой и со своими личными страданиями, он часто находится в состоянии бунта; когда же поэт ходатайствует за других, он пребывает в полной гармонии с Богом.

В стихотворении «Спеша на север издалека» (1837) поэт приветствует Казбек, молясь горе о прохладе, чтобы комфортно отдохнуть, но прежде всего он молится, чтобы спустя годы его не забыли на Родине. Возможность быть забытым или найти близких мертвыми по возвращении – естественная и достаточно распространенная тема, особенно в эпоху романтизма. Можно вспомнить

Байрона в первой песне «Чайльд Гарольда» или Пушкина в первой главе «Евгения Онегина». Новшеством, отличающим стихотворение Лермонтова от тревог Байрона и Пушкина, является введение образа горы. Казбек передаст молитву вечному престолу Аллаха. Использование Лермонтовым природы, особенно природы Кавказа, в качестве игрока на человеческой сцене – это выдающаяся черта его поэзии последних четырех лет жизни. Природа предстает не как очеловеченный игрок, а как руссоистский контраст с человечеством, над которым она обладает тем или иным моральным превосходством: *«Чалмою белою от века / Твой лоб наморщенный увит, / И гордый ропот человека / Твой гордый мир не возмутит»* [Лермонтов 2014: 286].

Стихотворение «Дума» (1838) – это крик души Лермонтова, который обнажил разочарование, трагизм и безнадежность бытия целого «потерянного поколения». В этом произведении личная боль Лермонтова сливается с болью многих его современников. Здесь поэт уже не является байроническим героем, чьи превосходные качества толпа обычных людей не в состоянии понять и который, следовательно, обречен. Хотя поэт и стоит особняком от толпы, критикуя ее, он, тем не менее, осознает себя частью общества. Не далее, как за год до этого Лермонтов в стихотворении «Не смейся над моей пророческой тоскою» (1837) рисовал свой образ в виде отверженного поэта, с которым жестоко обращается общество. Новая роль, принятая им в «Думе», способность идентифицировать себя с толпой, может рассматриваться как весьма значительное событие для Лермонтова. Тем не менее истоки стихотворения «Дума» можно обнаружить в очень раннем стихотворении «Монолог» (1829), в котором Лермонтов размышляет не только о себе, но и о своем поколении. «Дума» не возникает в вакууме. Она объединяет многое из того, что было написано раньше, и предвещает многое, что еще предстоит написать. «Дума» разделена на четыре части. В первой части Лермонтов описывает нынешнее плачевное состояние своего поколения. Во второй части поэт обращается к прошлому и, продолжая перечислять нынешние недостатки, выводит что-то вроде причинно-следственной связи с первой частью. В третьей части Лермонтов возвращается к настоящему времени, вновь описывая недостатки современных ему людей и завершая произведение изображением своего поколения, спешащего в могилу «без счастья и без славы». Заключительная часть направлена русским классиком в будущее время, где потомки станут с презрением оглядываться на неспособность своих предков достичь какой-либо стоящей цели. «Дума» произвела неизгладимое впечатление на современников Лермонтова. Хотя относить данное стихотворение лишь к современному Лермонтову поколению – значит сильно недооценивать его. Это действительно произведение на все времена! Оно станет устаревшим только тогда, когда мы сможем сказать, что чувство разочарования и тщетности человеческого существования, которое оно выражает, устранено из жизни людей.

Стихотворение «Три пальмы» (1839) созвучно с последней частью пушкинского «Подражания Корану». В обоих произведениях фоном служит пустыня, а действие происходит у водооя. Однако Лермонтов в своем заочном диалоге с Пушкиным рисует более мрачную и трагическую картину бытия. Мораль

Лермонтова такова: выполняйте свой долг, каким бы скромным он ни был, даже если это не более чем защита источника, и не требуйте для себя от Бога неподходящей амбициозной роли.

Выводы

Проведенное исследование показало, что в поэтических произведениях второго этапа творчества М. Ю. Лермонтова просматривается развитие экзистенциальной парадигмы художественного сознания, зарождение которой было отмечено еще в ранней лирике русского классика. Второй этап творчества М. Ю. Лермонтова характеризуется возрастающим интересом поэта к религиозной тематике, а вера в Бога представляется средством преодоления экзистенциального отчаяния, что соответствует положениям религиозного направления экзистенциализма, изложенным в теориях его основателя – датского мыслителя Сёрена Кьеркегора.

Примечание

1. Настоящая статья является логическим продолжением статьи: Мысовских Л. О. Становление экзистенциальной парадигмы художественного сознания в ранней лирике М. Ю. Лермонтова // Проблемы филологии глазами молодых исследователей: сборник материалов конференции студентов, аспирантов и молодых ученых «Филология в XXI веке» (г. Пермь, ПГНИУ, 13–14 мая 2022 г.). Пермь: Пермский государственный национальный исследовательский университет, 2022. С. 106–110.

Список литературы

Бедрицкая Н. В. Проблема одиночества в философии экзистенциализма (Вызов «пустующего места» Другого) // Философия и социальные науки: научный журнал. 2008. № 3. С. 18–22.

Зеньковский В. В. М. Ю. Лермонтов // Вестник Русского студенческого христианского движения. Париж; Нью-Йорк, 1960. № 57. С. 32–41.

Зырянов О. В. Лермонтовский миф: некоторые аспекты проблемы // Архетипические структуры художественного сознания. Екатеринбург, 2002. Вып. 3. С. 110–121.

Лермонтов М. Ю. Собрание сочинений: В 4 т. Т. 1. Стихотворения. СПб.: Издательство Пушкинского Дома, 2014. 776 с.

Кьеркегор С. Болезнь к смерти [Пер. с дат. Н. В. Исаевой]. М.: Академический проект, 2014а. 160 с.

Кьеркегор С. Понятие страха [пер. с дат. Н. В. Исаевой]. М.: Академический проект, 2014б. 224 с.

Муравьев А. Н. Знакомство с русскими постами. Киев, 1871. 35 с.

Мысовских Л. О. Становление экзистенциальной парадигмы художественного сознания в ранней лирике М. Ю. Лермонтова // Проблемы филологии глазами молодых исследователей: сборник материалов конференции студентов, аспирантов и молодых ученых «Филология в XXI веке» (г. Пермь, ПГНИУ, 13–14 мая 2022 г.). Пермь: Пермский государственный национальный исследовательский университет, 2022. С. 106–110.

Мысовских Л. О. Экзистенциальная амбивалентность юного Лермонтова: Байрон или другой? // Вестник Тюменского государственного университета. Гуманитарные исследования. Humanitates. 2023. Т. 9, № 1 (33). С. 58–77.

Mysovskikh L. O. Existential type of artistic consciousness: genesis and ways of development in the literature of the XIX century. Litera. 2022, no. 4. PP. 83–92.

L. O. Mysovskikh

Postgraduate Student of Philological Faculty
Ural Federal University

THE DEVELOPMENT OF THE EXISTENTIAL PARADIGM OF ARTISTIC CONSCIOUSNESS IN THE LYRICS OF M. LERMONTOV 1836-1839

In this study, the analysis of the poetic works of the second stage of M. Lermontov's creativity (1836-1839) is carried out. The presence of a number of concepts characteristic of the philosophy of existentialism in the works of the Russian classic is shown. It is argued that in the lyrics of the period under review, there is a parallel of Lermontov's worldview with existential concepts derived by the founder of existentialism, S. Kierkegaard. The author of the article comes to the conclusion that Lermontov finds a way out to escape from existential despair, which Kierkegaard showed in his writings, who believed that an existential individual is able to find true freedom and get rid of fear only by realizing the falsity of his aspirations, not supported by faith in God.

Key words: existentialism; Russian literature; literary theory; cultural studies; poetry; philosophy; Lermontov.

УДК 82-311.1

Элиза Раулевна Сунаргулова
студент филологического факультета
Пермский государственный
национальный исследовательский университет
el.sunargg@yandex.ru

ТЕМА БЕЗУМИЯ В ПОВЕСТИ Ф.М. ДОСТОЕВСКОГО «ДВОЙНИК»

Повесть Ф.М. Достоевского «Двойник» исследует душевное состояние главного героя, Якова Петровича Голядкина. Глубокое погружение во внутренний мир героя, состояние которого мы определяем как психоз, заставляет задуматься о том, что Достоевский-художник создает оригинальную концепцию безумия. Чтобы оценить ее, мы прочитали историю Голядкина в свете психоаналитической теории психоза, разработанной З. Фрейдом и Ж. Лаканом. Такое прочтение позволяет поставить вопрос о развитии в творчестве Достоевского не только глубокой антропологии, но и оригинальной глубинной психологии, альтернативной психоанализу, однако сближающейся с ним в целом ряде посылок.

Ключевые слова: безумие; болезнь; Достоевский; отчуждение; психоз; речь; символическое.

Введение

Тема безумия в творчестве Ф. М. Достоевского, в частности в повести «Двойник», многократно становилась предметом литературоведческих исследований. М. М. Бахтин касается «Двойника», рассматривая вопрос о «двуголом слове» в поэтике Достоевского, для которой характерна скрытая диалогичность: «Сознание себя самого все время ощущает себя на фоне сознания о нем другого» [Бахтин 2002: 231]. В истории Голядкина этот феномен развивается в сюжет о раздвоении сознания, безумие оказывается этиологически связано с двуголосым словом. В. Н. Захаров рассматривает «Двойника» как фантастическую повесть, полную поэтических условностей; исследователь полагает, что Голядкин второй – это реальный человек, что в начале повести Яков Петрович ещё не сумасшедший, а теряет рассудок он только в конце двенадцатой главы. То, что многим читателям кажется бредом и галлюцинациями героя (появление «копии» персонажа под тем же именем) следует, по мысли В.Н. Захарова трактовать как часть объективной реальности в художественном мире Достоевского. «Вповести нет ниодного эпизода, гдебы сцена сдвойником была внедрена всознание героя. Сцены, вкоторых появляется идействует двойник, разворачиваются только в слове автора» [Захаров 2013: 55]. «В сюжете повести реализуется непсихопатологическая установка, аустановка нареальное существование двойника» [Захаров 2013: 57]. Изгнание Голядкина из круга Берендеева В. Н. Захаров трактует как закономерный результат проступков и поведения главного героя, который был унижен несправедливостью, связанной с тем, что его не допустили до чина коллежского асессора и до руки Клары Олсуфьевны.

На наш взгляд, Достоевский убедительно описал больного психозом, одной из причин которого является социальное отчуждение, изоляция Голядкина от общества.

В. А. Викторovich в своей работе ««Медный всадник» в творчестве Ф. М. Достоевского» видит отголоски поэмы Пушкина в Двойнике» Достоевского. Автор проводит сравнительную характеристику текстов и обнаруживает, что сознание Евгения не выдержало невзгод, исходящих из враждебного мира, а Достоевский ставит Голядкина перед лицом собственной неуверенности и страха жизни. В. А. Викторovich утверждает, что Голядкин не соглашается на скромную роль, отведённую ему судьбой, и переживает «катастрофу безумия», вызванную прежде всего своей амбицией, агрессией на себя самого. «Если в пушкинской “петербургской повести”, хотя в стихах, некая внешняя сила – государство ли, природная ли стихия – гнетет человека, то в “петербургской поэме”, хотя и в прозе, Достоевского агрессия исходит как извне, так и изнутри человека (встречные потоки!), так что личность в ее амбициозных претензиях не на равенство даже, а на «первенство» начинает с того, что вытесняет самое себя из отведенного ей пространства...» [Викторovich 2019: 110].

В. А. Викторovich сосредоточивается на библейских мотивах в повести, в частности на аллюзии к евангельской притче о званых на брачный пир: «...всякий возвышающий сам себя унижен будет...», показывая таким образом, как желание первенства (в противовес равенству) разрушает Голядкина. Согласимся с мнением В.А. Викторovichа о том, что двойник есть воплощение мыслей самого героя, реализация его собственных переживаний, связанных с грехом гордыни, желанием первенствовать. По словам В.А. Викторovichа, двойник несет в себе те качества, которым Голядкин завидует и хочет видеть в себе. «Двойник – реализация его скрытых желаний и потенций» [Викторovich 2019: 73].

Т. А. Касаткина выступает против интерпретаций «Двойника» в свете психопатологии. Она проводит параллель между повестью и романом «Братья Карамазовы»: Голядкин и Иван Карамазов стремятся оставить для себя пространство своеволия, произвола. Именно это пространство безответственности порождает двойника. «Итак, “двойник” формируется нашими желаниями, в которых мы не хотим себе отказывать, полагая это нашим личным, “не служебным” делом, “частной жизнью”, в которой “ничего нельзя найти предсудительного касательно официальных отношений” наших, желаниями, которые мы не собираемся воплощать» [Касаткина 2004: 398]. Двойники, по мнению Т. А. Касаткиной, в творчестве Достоевского встречаются довольно часто, как и в жизни. Осуществление ими потаенных желаний героев вызывает у последних отвращение к своему двойнику.

На наш взгляд, предложенная трактовка вполне релевантна и для области глубинной психологии – изучения скрытой истории субъекта как субъекта желания. Рассмотрим «Двойника» в этой перспективе.

Согласно З. Фрейду, основными структурами (патологической) психики выступают невроз и психоз. Если в основе первого лежит конфликт между Я и Оно (как резервуаром первичных влечений и вытесненных идей), то в психозе Я противостоит внешнему миру. Психотическая структура подразумевает «по-

ломку» в символической вселенной субъекта, в ней образуется некое зияние, дыра, пустота, которая начинает заполняться образованиями бессознательного – происходит пересотворение реальности посредством бреда и/или галлюцинации [Фрейд 2006].

Ж. Лакан считал, что именно регистр Символического (речи) создаёт всё богатство феноменологии психоза, все его «преломления и искажения». Бессознательное, по Лакану, организовано подобно языку и содержит в себе не инстинкты, а языковые структуры [Лакан 2014].

Репрезентация феномена безумия в повести Ф. М. Достоевского «Двойник» с опорой на Фрейд-лакановскую концепцию безумия

Определенная фаза бреда, по словам Ж. Лакана, приводит пациента к осознанию того, что вещи исполнены некоего значения, но значение непостижимо для субъекта. Из-за невозможности понимания опасности или же безопасности для него окружающего мира, он исполняется страхом, догадками, версиями [Лакан 2014]. Мы можем видеть зарождающиеся признаки бреда преследования Голядкина на встрече с Крестьяном Ивановичем: *«У меня есть враги, Крестьян Иванович, у меня есть враги; у меня есть злые враги, которые меня погубить поклялись»* [Достоевский 1988: 158]. За этим не следует объяснений со стороны Голядкина, он уходит от ответа и предлагает отложить всё до *«более удобного времени, когда всё обнаружится...»* [там же]. В продолжение разговора Голядкин загадочно говорит о как бы «близком знакомом», насчёт которого пустили слух, чтокто-то хочет нравственно убить и опозорить этого «приятеля». Очевидно, что «близкий знакомый», против которого настроено общество, – это он сам, Яков Петрович Голядкин. В словах и поведении героя обнаруживается расщепление.

В структурированной нормальной речи, по Лакану, существуют «точки пристёжки» – означающие, обладающие фиксированной связью с означаемым. Благодаря им становится понятно, о чём говорит человек, речь наполняется подлинным смыслом. В психотической речи означающее существует отдельно от означаемого – речь существует отдельно от смысла этой речи. Речь психотического больного не отсылает ни к чему, кроме себя самой, остается ни к чему не сводимой [Лакан 2014].

На первой встрече с Крестьяном Ивановичем Голядкин будто бы и сам не хотел понимания со стороны доктора. Он сдерживает свои истинные эмоции, недоговаривает, не отвечает прямо на вопросы. Коммуникация нарушена, они говорят на одном языке, однако доктору не хватает означающих, которые бы «пристегнули» дискурс к понятному для него уровню.

Подобное же поведение наблюдается у главного героя во время разговора с молодыми сослуживцами. Разговор невпопад – обычное дело в беседах Голядкина. Яков Петрович вдруг называет Андрея Филипповича *медведем*, будто это всем давно известное прозвище его начальника: *«Ну, а что, медведь наш сидит?»* [Достоевский 1988: 164]. По реакции молодых людей можно заметить, что они не понимают, о чём идёт речь. В продолжение разговора непонимание и обнаруживающийся от этого комизм будут усиливаться. «Выпады» Голядкина вызывают в товарищах-сослуживцах смех, ведь его реплики совершенно не

мотивированы. Их вопрос «...да что это с вами, раздушены, распомажены, франтом таким?» [Достоевский 1988: 165] стал для Голядкина вызовом, уличением в чём-то, а следовательно, и моментом, когда ему непременно необходимо было высказаться.

Можно сделать вывод, что Яков Петрович имеет какую-то навязчивую мысль, в которой главным ориентиром служит «независимость от большинства», из-за этого он неверно интерпретирует слова других людей, словно все хотят его уличить в том, что он «маленький человек», что он ни на что не способен, не достоин, например, в карете ездить и быть «франтом» и т.п.

Определенное значение для трактовки сюжета повести могут иметь понятия Другого с большой буквы (A – в лакановской алгебре) и другого с маленькой буквы (a). Большой Другой определяет парадигму символической системы субъекта и целиком находится в символическом регистре, то есть не требует «физического» воплощения: он всегда подразумевается в дискурсе. Маленький другой – это равный мне, такой же, как я; с ним у субъекта устанавливаются горизонтальные отношения, он его копирует и с ним конкурирует. Ж. Лакан утверждает, что в промежутке между большим Другим и маленьким другим должна располагаться диалектика бреда. Собственно говоря, двойник Голядкина и формируется в области промежутка между A и a [Лакан 2014].

Анализируя поведение психотика, Ж. Лакан отмечает: «нечто *первичное* в бытии субъекта не проходит символизации и тем самым оказывается не вытеснено, а отвергнуто» [Лакан 2014: 109]. Под процессом «символизации» имеется в виду вхождение субъекта в пространство языка, в символический порядок, в мир большого Другого, в культурную среду со своими правилами. У больного с психотической структурой личности наблюдается неудача символизации. Происходит отбрасывание, отвержение важных символов, вследствие чего порядок, парадигма не выстраиваются. Символическое у такого субъекта очень зыбкое, условное. Таким образом, субъект в психозе не понимает, кто он, кто перед ним – всё смешивается. Наслаждение, которое не было ограничено на этапе становления, периодически вторгается в реальное, как будто какая-то внешняя сила его захватывает. Лакан отмечает, что у психотика существует только регистр воображаемого (регистр символического как бы не «срабатывает»), которому присущи отношения агрессии или подражания [Лакан 2014].

В финале повести «Двойник» можно увидеть признаки смешения реальности и галлюцинации, когда Яков Петрович не понимает, кто перед ним: «Вдруг он обмер: два огненные глаза смотрели на него в темноте, и зловещую, адскую радостью блестели эти два глаза. Это не Крестьян Иванович! Кто это? Или это он? Он! Это Крестьян Иванович, но только не прежний, это другой Крестьян Иванович!» [Достоевский 1988: 293]. Голядкин второй является то маленьким другим, либо большим Другим. Здесь мы можем обнаружить, что функция большого Другого дает сбой. Всё смешивается, Голядкин заполняет реальность своими фантазмами, страхами, предчувствиями, связанными с таинственным Другим/другим.

Картина галлюцинации и образ двойника вырисовывается в роковой вечер после дня рождения Клары Олсуфьевны, где герой потерпел фиаско. Двой-

ник оказывается в его квартире, сидящим на его постели. Диалога между ними не происходит. Яков Петрович, вероятно, засыпает после припадка, которого впоследствии не помнит, поскольку далее автор описывает уже следующее утро. Герой просыпается, вспоминая *«адскую злобу врагов его и особенно последнее доказательство этой злобы»* [Достоевский 1988: 189]. Это свидетельствует о том, что Голядкин связывает странную встречу с незнакомцем-двойником со «злостью врагов» (других), не осознавая надуманности вчерашних фантазий. В канцелярии он находит подтверждение своим размышлениям, вновь предаваясь галлюцинациям – он встречает двойника, расхаживающего в его же манере и работающего теперь прямо напротив Якова Петровича.

Для психотической структуры характерна абсолютная уверенность. Реальный мир пропадает, теряет свой статус, блекнет. «...По мере того, как бред разрастается, больной уверен в вещах тем более, чем менее реальными они представляются». «Поскольку Другой с большой буквы действительно исключён, то, что касается нашего субъекта, выговаривается маленьким другим...» [Лакан 2014: 73].

В картине психоза Голядкина можно наблюдать ту же уверенность, усиливающуюся с каждым днём. Если вначале он сомневается: *«...что ж это я, с ума, что ли, в самом деле сошел?»* [Достоевский 1988: 186], то уже в канцелярии заключает: *«Нет, не сон, да и только»; «Он даже стал, наконец, сомневаться в собственном существовании своем...»* [Достоевский 1988: 194]. Есть подозрения, что история в канцелярии и диалог с Антоном Антоновичем о новом сослуживце (двойнике) и не существовали в действительности, поскольку то, что говорил коллега Голядкину, выражало все страхи и подозрения героя: *«Сиамские близнецы, срослись себе спинами, так и живут...», «хорошая, говорят, рекомендация; его превосходительство, говорят, посмеялись с Андреем Филипповичем»* [Достоевский 1988: 197]. Голядкину мерещится заговор: *«Так вот у нас игра какова! Так вот у нас какой ветерок теперь подует...»* [Достоевский 1988: 198].

Ж. Лакан отмечает, что аналитический опыт глубоко связан «с дискурсивным двойником субъекта – его ничтожным и вздорным собственным Я <...> Поскольку Другой с большой буквы действительно исключён, то, что касается нашего субъекта, выговаривается маленьким другим...» [Лакан 2014: 74]. «Отделившийся» от Голядкина двойник, обнаружившийся в реальности, преследует его теперь повсюду: в его квартире, в канцелярии, на вечере. Яков Петрович после *«приятного вечера с двойником»* предчувствует то, что будет происходить в его же голове в скором времени и обсуждает это сам с собой: *«Яков Петрович, подлец ты такой, Голядка ты этакой, – фамилия твоя такова!! Ну, чему ты обрадовался? Ведь завтра расплачешься, нюня ты такая...»* [Достоевский 1988: 208]. Этот момент иллюстрирует мысль Ж. Лакана о том, что феноменология бреда демонстрирует предвосхищение значения. Ж. Лакан приходит к мысли, что галлюцинация помещается в реальном. «Согласно общепризнанному представлению, галлюцинации – это ложные восприятия. Речь, следовательно, идёт о чем-то таком, что возникает во внешнем мире и навязывает себя субъекту, в форме восприятия, как нарушение, как разрыв в тексте реаль-

ного» [Лакан 2014: 181]. Большой Другой в виде слуховой галлюцинации оказывается в реальном больного, поскольку из символического он исключен.

Выводы

В повести Достоевского психоз проявляется как поломка языка, механизм психоза связан с функционированием фигуры другого/Другого, психоз мыслится как пересотворение реальности семиотическими средствами. Это позволяет говорить о близости концепции бессознательного у Достоевского с концепцией бессознательного в психоанализе, что нередко отвергается специалистами-литературоведами. Достоевский трактует бессознательное как символический поток – неустранимый из человеческого существования *эндогенный дискурс*, сложную систему означающих. Это несомненно сближает психологизм Достоевского с фрейд-лакановским анализом. У Достоевского, судя по всему, мы найдем другую трактовку функций и механизмов бессознательного, однако сопоставление текстов Достоевского с психоаналитическими идеями позволяет выстроить первичную систему описания, что и входит в задачи нашего исследования. Психоанализ, по словам Ж. Лакана, является техникой речи, которая, в свою очередь, служит средой для продвижения анализа. Речь автора и героя в «Двойнике» принципиально открыта встрече с психоаналитической практикой.

Список литературы

Бахтин М. М. Собрание сочинений: в 7 томах. Т. 6 / Институт мировой литературы им. М. Горького Российской академии наук. М.: Русские словари; Языки славянской культуры, 2002. С.115–202.

Викторович В.А. Достоевский. Писатель, заглянувший в бездну: 15 лекций для проекта Магистерия. М. RosebudPublishing, 2019. 452 с.

Достоевский Ф.М. Двойник // Достоевский Ф.М. Собрание сочинений в 15 томах. Л.: Наука. Ленинградское отделение, 1988. Т. 1. С. 147–294.

Захаров В. Н. Имя автора – Достоевский: Очерк творчества. М.: Индрик, 2013. 456 с.

Касаткина Т. А. «Двойник» Ф.М. Достоевского: психопатология и онтология // Касаткина Т.А. О творящей природе слова: Онтологичность слова в творчестве Ф. М. Достоевского как основа «реализма в высшем смысле». М.: ИМЛИ РАН, 2004 С. 393–399.

Лакан Ж. Работы Фрейда по технике психоанализа (Семинар, книга I (1953/1954)) / А. Черноглазов (пер. с фр.) М.: Изд-во Гнозис, Изд-во Логос, 2019. 432 с.

Лакан Ж. Психозы (Семинар, книга III (1955/1956)) / А. Черноглазов (пер. с фр.). М.: Изд-во Гнозис, Изд-во Логос, 2014. 432 с.

Фрейд З. Собрание сочинений в 26 томах. Т. 3. Одержимость дьяволом. Паранойя / Сергей Панков (пер. с нем.). СПб.: Восточно-Европейский Институт Психоанализа, 2006. 256 с.

E. R. Sunargulova
Student of Philological Faculty
Perm State University

THE THEME OF MADNESS IN THE STORY “DOUBLE” BY DOSTOEVSKY

The story by F. M. Dostoevsky “Double” explores the spiritual state of the main character, Yakov Petrovich Golyadkin. Deep immersion in the inner world of the hero, whose condition we define as psychosis, makes us think that Dostoevsky-artist creates an original concept of insanity. To assess it, we read Golyadkin’s story in the light of the psychoanalytic theory of psychosis developed by Z. Freud and J. Lacan. The close reading allows us to raise the question of the development in Dostoevsky’s work not only of deep anthropology, but also of original deep psychology, an alternative to psychoanalysis, but converging with it in a number of premises.

Key words: insanity; illness; Dostoevsky; alienation; psychosis; speech; Symbolic.

УДК 821.581

Вероника Евгеньевна Пономарева
ассистент Института Конфуция,
преподаватель кафедры востоковедения
Уральский федеральный университет
им. первого Президента России Б.Н. Ельцина
malena_iz@mail.ru

ОБРАЗ РЕКИ В РОМАНЕ ЧИ ЦЫЦЗЯНЬ «ДЫМ КЛУБИТСЯ НАД ОГНЕМ»

Работа посвящена анализу образа реки в романе современной китайской писательницы Чи Цыцзянь. Автор статьи показывает, что река Сунгари с ее притоками осмысливается в произведении не только как часть географического пространства Харбина, но и как самостоятельный многогранный и многофункциональный образ, интересный своей индивидуальной глубиной и авторским осмыслением пейзажей Северо-Восточного Китая.

Ключевые слова: современная литература Китая; литература Северо-Восточного Китая; Чи Цыцзянь; роман «Дым клубится над огнем»; река; Сунгари; Харбин.

Введение

Творчество китайской писательницы Чи Цыцзянь (род. 1964 г.) по праву считается жемчужиной литературы Китая. В своих произведениях писательница неизменно изображает свою родную провинцию Хэйлунцзян, пишет о красоте ее природы, об обычаях и повседневной жизни ее жителей. Роман «Дым клубится над огнем», изданный в 2020 г., целиком посвящен городу Харбину, писательница очень детально воссоздает его облик, архитектуру, улицы, а также людей, проживающих там. При этом читатель видит город с разных точек зрения: глазами коренного жителя, героя Лю Цзяньго, который в молодости потерял чужого ребенка и всю жизнь провел в его поисках, и глазами приезжей из деревни женщины, героини Хуаньэ, которая мечтает об образовании и карьере сына в крупной северо-восточной столице. Судьбы героев органично переплетаются с судьбой города, его ландшафты формируют своеобразный «литературный макет» Харбина, с помощью которого Чи Цыцзянь провозглашает на страницах романа историческую и культурную ценность этого города для всего Китая.

В понимании Чи Цыцзянь, образ малой родины невозможно представить без реки. Писательница выросла на берегу Амура, а, переехав в Харбин, живет и работает неподалеку от Сунгари. В одном из интервью Чи Цыцзянь признается: *«Где бы я не оказывалась, везде я видела воду, с рождения я чувствовала с ней близость... Эти пейзажи стали фоном моей жизни, фоном моих произведений»* (Перевод наш. – В.П.) [«Родина литературы» Чи Цыцзянь].

В романе «Дым клубится над огнем» образ реки неразрывно связан с образом Харбина, город пересекает его главная водная артерия – Сунгари и ее притоки. Речная набережная с парками и достопримечательностями описана как место притяжения жителей города и туристов. Так, например, парк Сталина

назван «галереей моды» (时装长廊), где девушки «демонстрируют свою коллекцию одежды» [Чи Цзыцзянь 2020: 78]¹, а также «галереей музыки» (音乐长廊), где «с утра до вечера грохочут музыкальные пассажи губных гармошек, флейт, эрху, аккордеонов, синтезаторов и гитар» [79]. Круглый год на реке царит оживление, летом «на песчаной отмели можно увидеть иностранцев с палатками на пикнике», зимой же «можно увидеть катающихся на коньках людей» [39].

Несмотря на то, что действие романа разворачивается в современном Харбине, Чи Цзыцзянь частично обращается к прошлому города. На берегах Сунгари маленькая рыбацкая деревушка за век превратилась в административный и культурный центр провинции, отсылка к этому факту из истории Харбина оригинально приведена в описании Биньчжоуского моста: его гранитные опоры напоминают «плетеные бамбуковые корзины для рыбы», стальные перила подобны «рыболовным сетям», отражаясь в речной воде, они образуют «пейзаж рыбопромыслового района» [14]. В подобных эпизодах река осмысливается как своего рода «живой очевидец» ушедшей эпохи, а уцелевшие свидетельства присутствия русских эмигрантов в Харбине до сих пор украшают пейзаж. «В начале прошлого века на обоих берегах среди лесов раскинулись усадьбы русских с садами. Воистину роскошный пейзаж! Остатки былой архитектуры сохранились до наших дней, привлекая туристов, очарованных харбинской стариной» [162]. Сцены на реке, связанные с жизнью эмигрантов в Харбине, проскальзывают и в воспоминаниях героев: еврейка Сепуляньна рассказывает сыну, как в 1930-х гг. на католический праздник Богоявления она вместе с верующими умывалась в проруби [43].

Река Сунгари в романе названа «календарем, подаренным городу природой» (大自然馈赠的日历), «сокровищницей четырех сезонов» (四季宝典) [17]. Речные пейзажи формируют художественное время произведения, указывая на время года и суток, плавно перетекающие друг в друга, их описания приводятся в начале главы. Проследим сезонные и суточные изменения по главам. Первая глава первой части романа начинается с рассвета на Сунгари, в начале второй главы описывается зимнее утро и ледостав, в пятой главе изображается летняя набережная. Во второй части романа в первой главе показан осенний закат на реке, к четвертой река «худеет», а в седьмой в декабрьские морозы полностью покрывается льдом. Как видно, река символизирует и суточный цикл, и природный жизненный цикл, в рамках которого живет город. Писательница насыщает описания речных пейзажей красочными емкими эпитетами и сравнениями: во время таяния льдов река «мертвенно-бледная» (青白), «ветхая, потертая» (斑驳陈旧), «разбитая и изувеченная» (残破不堪), «словно застывшее сало светится серебристо-белыми лучами» (泛出凝脂般的银色光泽); утром она «мерцающая в солнечных лучах» (波光粼粼), вечером «горит золотисто-желтым, будто повар готовит для харбинцев густой бульон» и др.

В более широком смысле река в романе – метафора человеческой жизни, льды подобно людям «крепко обнимают друг друга» (紧紧相拥) как «горячо лю-

бящие влюбленные» (热恋中的情人), «бьются друг с другом» (相互撞击) как «соперники на поединке (决斗的情敌) [18]. В речных водах отражаются небо, облака, деревья, силуэты людей, как «на подвижной разукрашенной ширме» (流动的花屏) [18], реку Чи Цзыцзянь воспринимает как произведение искусства, способное передать не только красоту природы, но и красочное богатство целого мира в его непрерывном движении и изменении.

Река у Чи Цзыцзянь – образ традиционно женский. Писательница сравнивает таяние льда на реке с родами. Медленное постепенное вскрытие льдов (文开江) – легкие роды, когда «на поверхности проступают неровные трещины, похожие на молнии в плотно затянутом облаками небе», а освободившиеся льды «неторопливо дрейфуют вниз по течению». Бурное же вскрытие (武开江) – кесарево сечение, когда «в среднем и нижнем течении льды отходят “культурно”, а вода верхнего дном и ночью бурлит в агонии страстей» [17]. Неслучайно образ реки, как выразитель женской доли, неизменно сопровождает главную героиню Хуаньэ: река кормит ее семью, приносит ей шляпу умершего мужа, дарит птицу, радующую ее в минуты одиночества. Женщина любит гулять вдоль реки и «говорить с ветвями, склонившимися на берегу, говорить с рыбой, плещущейся в речной воде, с птицами, парящими в серых облаках» [31]. Единение героини с рекой символизирует естественное течение жизни, когда человек находится в гармонии с собой и окружающей средой. Для Хуаньэ, «дочери природы» [Человек. Чи Цзыцзянь], река становится частью естественного мира в огромном шумном городе. У реки она чувствует себя комфортно и может побыть наедине со своими мыслями.

В то же время, в представлении Хуаньэ, чье мировоззрение во многом опирается на суеверия, веру в духов и сверхъестественные силы, повелевающие стихиями, река приобретает мистические, отчасти демонические черты. Подобно живому существу, она способна узнавать людей и проявлять к ним собственное отношение, как дружелюбное, так и враждебное. Так, женщина предостерегает сына от купания в Сунгари: «Думаешь, здесь река как в Циматой, знает все родинки на твоём теле? Нет, ты для нее чужак» [79]. По ее мнению, в речных водах обитают духи, способные навредить человеку: «А вдруг под водой притаилась нечисть? Как схватит тебя за ногу, как потащит за собой, что я тогда скажу твоему отцу?» [79–80]; «если увидишь, как по реке плывут папина шляпа или мамины туфли, не пытайся их достать – это духи обманом завлекают души в свои сети» [184].

По-другому воспринимает реку пожилой Лю Цзяньго. Герой вырос на реке Сунгари, он очень хорошо знает ее. Река хранит воспоминания о его счастливым детстве: «Зимой он со старшим братом Лю Гуанфу часто играл на реке в чижики, катался на санках, а летом с младшей сестрой Лю Цзяохуа, закатав штаны, ловил на мелководье мальков» [18]. На реке прошла его трудовая молодость, где «в зимний период он работал перевозчиком льда, с помощью крана извлекал огромные вырезанные глыбы и перевозил их в парк или на северный берег, туда, где возводились скульптуры для Фестиваля снега и льда» [51]. Как отмечают китайские исследователи, Сунгари в романе «содержит в себе» жиз-

ненный опыт местных жителей, а упоминаемые Чи Цзыцзянь речные забавы и мероприятия имеют ярко выраженную дунбейскую специфику и вкуче с образом реки составляют особый природный и культурный ландшафт Харбина, запечатленный в памяти коренных харбинцев [Люй Синьюй]. Эту мысль подтверждает желание смертельно больного брата Лю Цзяньго, Лю Гуанфу, в последний раз искупаться в водах Сунгари, как в детстве [54]. «Из Сунгари выйти, в Сунгари войти» (从松花江来, 在松花江中去) – очень точно характеризует этот мотив исследователь Люй Синьюй. Пожилой харбинец тесно связывает начало и конец своей жизни с рекой, и в этом его стремлении выражена специфика мировоззрения коренных жителей города [Люй Синьюй].

Несмотря на то, что река в романе является неотъемлемой частью городского пространства, как элемент природной среды она неизбежно вступает в конфликт со средой техногенной в рамках магистрального для Чи Цзыцзянь конфликта «естественного» и «искусственного». Писательница неоднократно в своих произведениях затрагивает тему негативного воздействия человека на окружающую среду, ее тревожат экологические проблемы родной провинции Хэйлунцзян, поэтому она активно выступает за осознанное экологичное поведение, которое позволило бы свести к минимуму ущерб, наносимый природе человеком (см. [Человек. Писатели-лауреаты литературной премии Мао Дуня]).

Подобно животным и птицам, гибнущим по вине человека в городской среде, река также не избежала печальной участи. Так, приток Сунгари, Мацзяго в черте города обмелел от мусора и нечистот, превратившись в «отхожее место», а «запах воды, замутненной отходами, резко ударяет в нос, люди, живущие на берегу, не то что гулять, даже окна не решаются открывать» [162–163]. В эпизоде очистительных работ на реке намечается мотив непокорной стихии: героине Лю Цзяохуа кажется, будто гниль под бетоном рано или поздно прорвется наружу и смоет бетонную конструкцию со дна [163]. Бунт водной стихии против искусственной городской среды, проявление реки своего характера присутствует и в некоторых других эпизодах. Так, например, герой Лю Цзяньго, проезжая по мосту, слышит, как «машина сталкивается с ветром, свободно дующем с реки», который бьет в нее «в свое удовольствие», точно «в барабан», а на другом берегу стихает [11].

Выводы

Река в романе Чи Цзыцзянь «Дым клубится над огнем» важна не только как часть географического пространства, в котором живут герои, но и как многогранный художественный образ, наделенный глубокой смысловой и эмоциональной значимостью. Его функции в произведении весьма широки: река указывает на сезонные и суточные изменения времени в повествовании, выступает хранителем исторической памяти Харбина, отражает специфику дунбейской природы и культуры, помогает точнее передать особенности характера и мировосприятия героев, а также поднять важные для общества темы и проблемы. Образ реки, созданный Чи Цзыцзянь на страницах романа, интересен своей индивидуальной глубиной и авторским осмыслением пейзажей родной провинции.

Примечание

1. Далее цитаты из романа будут отмечены номером страницы без указания на имя автора и год издания источника.

Список литературы

吕心宇. 论迟子建小说的哈尔滨城市书写 [Люй Синьюй. Образ Харбина в романах Чи Цзыцзянь]. URL: <https://clck.ru/34WzXj> (Дата обращения: 31.08.2023).

《文学的故乡》之迟子建 [«Родина литературы» Чи Цзыцзянь: видеозапись] // Bilibili. URL: <https://www.bilibili.com/video/av201476464/> (Дата обращения: 31.08.2023).

人物 | 茅盾文学奖获奖作家: 迟子建 (上) 20110714 [Человек. Писатели-лауреаты литературной премии Мао Дуня: Чи Цзыцзянь (часть 1). Эфир от 2011.07.14] // Youtube. URL: <https://clck.ru/34X2Ej> (Дата обращения: 31.08.2023).

人物 | 迟子建: 在哈尔滨, 人的命运波澜起伏 [Человек. Чи Цзыцзянь: в Харбине судьба человека подобна бурной волне]. URL: <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1685145315507784385&wfr=spider&for=pc> (Дата обращения: 31.08.2023).

迟子建. 烟火漫卷. 北京: 人民文学出版社 [Чи Цзыцзянь. Дым клубится над огнем. Пекин: Жэньминь вэнсюэчубаньшэ]. 2020. 311 с.

V. E. Ponomareva

Assistant of Confucius Institute
Lecturer of Oriental Studies Chair
Ural Federal University

THE IMAGE OF THE RIVER IN CHI ZIJIAN'S NOVEL "STORIES OF HARBIN"

The work is devoted to the analysis of the image of the river in the novel written by the modern Chinese writer Chi Zijian. The author of the article shows that the Songhua River and its tributaries are comprehended not only as a part of the geographical space of Harbin, but also as an independent multifaceted and multifunctional image, interesting for its individual depth and the author's understanding of the landscapes of Northeast China.

Key words: modern Chinese literature; literature of Northeast China; Chi Zijian; the novel "Stories of Harbin"; river; the Songhua River; Harbin.

ФОЛЬКЛОРИСТИКА. ЭТНОЛИНГВИСТИКА. ЭТНОГРАФИЯ

УДК 811.161.1'373.612

Елизавета Олеговна Борисова
научный сотрудник лаборатории
теоретической и прикладной фольклористики
Пермский государственный
национальный исследовательский университет
доцент кафедры русского языка
для иностранных учащихся
Уральский федеральный университет
им. первого Президента России Б.Н. Ельцина
liska5@yandex.ru

ЛЕКСИКА ОГРАНКИ КАМНЯ В АСПЕКТЕ ЕЕ ПРОИСХОЖДЕНИЯ¹

Ювелирная терминология с лингвистической точки зрения описана слабо, существующие исследования ориентированы в основном на описание торговых наименований изделий. В этой статье лексика огранки камня рассматривается в аспекте ее происхождения. Материал собран путем опроса ювелиров, изучения региональных тематических форумов и письменных источников, относящихся к территории Уральского региона. Выявлено, что, хотя уральская школа камнерезного и ювелирного искусства имеет длительную историю, подавляющее большинство лексем носят заимствованный характер. Это касается как названий частей ограненного камня, так и наименований вариантов шлифовки.

Ключевые слова: Уральский регион; художественная обработка камня; профессиональная лексика; нестандартная лексика; заимствования.

Введение

Предметом нашего исследовательского интереса является лексика, называющая различные этапы обработки камня, виды шлифовки и формы огранки. Научная новизна работы определяется аспектом изучения материала. Драгоценные камни и изделия из них нередко оказываются в фокусе внимания исследователей, однако по большей части интерес вызывает «техническая» сторона вопроса – особенности обработки драгоценных и поделочных камней – и история камнерезного искусства. Ювелирная терминология с собственно лингвистической точки зрения описывается только работах М. Н. Николашвили [Николашвили 2015 и др.], однако они в большей степени ориентированы на описание торговых наименований изделий.

В этой статье мы рассмотрим лексику огранки камня в аспекте ее происхождения. Материал преимущественно был собран на территории Уральского региона – путем опроса информантов (уральских ювелиров), изучения региональных тематических форумов и письменных источников. В круглых скобках в тексте подаются имена информантов.

Урал известен прежде всего камнерезным искусством: художественная резьба по камню начала развиваться здесь в XVIII веке, благодаря предпринятым в петровскую эпоху поискам месторождений камня. В. В. Скурлов, изучая историю камнерезного дела в Российской империи, пишет, что в 20-е годы XVIII века происходят и первые попытки обработки цветных камней, обнаруженных на Урале [Скурлов 2012]. К середине века была создана Екатеринбургская гранильная фабрика, а если быть точнее, то в 1751 г. было пущено сразу две фабрики: одна, где обрабатывались исключительно мраморные вещи, располагалась неподалеку от Горнощитских мраморных ломок, при казенном железодельном Северском заводе, другая – при Екатеринбургском заводе [Мавродина 2007: 161].

Однако, по свидетельствам искусствоведов, «ювелирное мастерство уральцев несколько отставало от камнерезного» (речь идет о положении дел на период XVIII–XIX вв.) [Скурлов 2013]. В качестве доказательства нередко приводится история покупки французской фирмой П. Картье письменного прибора в серебряной оправе авторства А. К. Денисова-Уральского: французская сторона сочла эту оправу «уродливой», в то время как мастеру она представлялась «элегантной и необходимой» [Семёнова 2007: 232].

«Среди ветвей раскидистого камнерезного и ювелирного дерева, – пишет Т. Б. Михайлова, – одна является особенно уникальной и самобытной – ограночная» [Михайлова 2016]. В начале XX века на европейском ювелирном рынке необычайно возрос спрос на ограненные уральские камни. Чуть позднее благодаря высококачественной огранке драгоценных и полудрагоценных камней Советский Союз вошел в число ведущих ювелирных держав, а Свердловск с 1924 г. стал центром ограночного производства страны [там же].

Учитывая длительную историю камнерезного искусства, а также выдающиеся достижения уральской школы авторского ювелирного искусства, в начале нашего исследования мы предполагали высокую вероятность наличия различных региональных вариантов лексем, обозначающих виды и формы огранок. Однако авторитетное влияние французских ювелиров, описанное в том числе в упоминаемой выше работе В. В. Скурлова (и других исследованиях истории камнерезного дела), определило заимствованный характер большинства лексем². В первую очередь это касается терминологических обозначений элементов ограненного камня и вариантов шлифовки.

Мастера многократно воспроизводят и повторяют существующие модели огранки, что дает основания для возникновения развернутой терминосистемы, включающей обозначения этапов обработки камня, инструментов для работы, частей ограненного камня и т. д. При этом в работах специалистов отмечается, что общепринятой классификации шлифовок и огранок не существует [Зубрилина 2006]. С. Н. Зубрилина выделяет два вида шлифовки: фасетную огранку и гладкую шлифовку – и семь типов огранок в зависимости от наличия и расположения граней (бриллиантовая, ступенчатая, роза, кабошон и т. д.) [там же].

Однако в реальной речевой практике мастеров-камнерезов термин *гладкая шлифовка* заменяется *кабошоном* и его дериватами: «Раньше-то гранили, а теперь *кабошонят* все» (Н. И. Кочнев); «Обычно, говоря о *кабошоне*, имеют

в виду круглую или овальную линзу. Иногда плоский овал» [Хита Урала]. По происхождению термин *кабашон* является заимствованием из французского, при этом исследователи выдвигают версии о таких первоисточниках, как фр. *cabosh* ‘башня’ [Николашвили 2015: 195] или фр. *sabochon* ‘башка, обойный гвоздь’ [Зубрилина 2006: 72]. Однако, по всей видимости, слово было заимствовано уже в терминологическом значении и является результатом семантической деривации на базе французского языка: ср.-фр. диал. *saboche* ‘голова’ → деминутив *sabochon* ‘головка’ → фр. *sabochon* ‘гвоздь с декоративной головкой’, ‘мелкий камень с округлой, полированной верхней гранью, не ограненный гранями’, ср. [Merriam-Webster: *sabochon*]. В современном профессиональном языке камнерезов слово активно употребляется и образует дериваты: *кабошончик*: «Сейчас хризопраз стал тысячу двести рублей *кабошончик*. Это вот такой камушек закругленный» (И.И. Артемьев), *кабаш/и*: «Пилить – если на *кабаши*» [Хита Урала], *кабошонить* и др. С лексемой образуются устойчивые словосочетания: *закатка в кабошон*, *закатать в кабошон* и др.

Заимствованиями являются также большая часть обозначений частей ограненного камня. Так, например:

- Полностью ограненный камень делится на верхнюю часть – *коро-ну/коронку* (< фр. *couronne*) и нижнюю – *навильон* (< фр. *ravillon*);
- самая широкая часть камня получает название *рундист* (< фр. *Rondiste* < *rond* ‘круг’): «*Рундист* между верхом и низом – граница посадки, гнездо делается, чтобы *рундист* идеально сел, крапана зажимают камень по *рундисту*» (И.В. Артёмьев);
- горизонтальная площадка на срезе – *кюласа* (< фр. *culasse*) и т. д.

Нередко параллельно заимствованному термину используется оригинальный, в этом случае чаще всего эксплуатируется признак формы полученного изделия или его части:

- нижнее острие камня может называться *калетта* (< фр. *colette*) или *шип*;
- огранка вытянутой формы – *бриолет* (< фр. *briolette*) или *капля*: «Огранка Бриолет, говорим по-простому *капля*» (И.В. Артёмьев);
- огранка вытянутой формы, заостренной с двух сторон – *маркиз/маркиза* или *лодочка*: «Да, фантазийная огранка “маркиз”, или “лодочка”, или “челнок”. Ну и конечно, легенда о возникновении этого способа, связанная с маркизой де Помпадур» (В. А. Волосатов) и мн. др.

В этом отношении интересна история термина *табличка* и, соответственно, *табличная огранка*: «Табличная огранка – простой вид ступенчатой огранки. С целью увеличить площадку (табличку) верхнюю часть камня делают очень плоской» [Зубрилина 2006: 72]. Французским словом *table* (‘стол’, ‘таблица’) в терминологии камнерезного дела называется верхняя горизонтальная грань камня. Однако в русском языке она получила название *площадка*, а обозначение *табличная*, как мы видим, получила форма камня, при которой площадка увеличена, а боковые грани практически отсутствуют.

Это лишь первые подступы к исследованию происхождения лексики огранки, функционирующей в устной и письменной речи уральских ювелиров.

Представляется интересным рассмотреть в дальнейшем функционирование других заимствованных (*маркиз, панделок*), а также оригинальных обозначений обработки камня. Сведения о них собраны в картотеке «Лексика, топонимия, этнография камня», которая создается сотрудниками кафедры русского языка, общего языкознания и речевой коммуникации Уральского федерального университета.

Примечания

1. Исследование выполнено за счет средств гранта РНФ, проект № 20-18-00269 «Горная промышленность и раннезаводская культура в языке, народной письменности и фольклоре Урала» (Пермский государственный национальный исследовательский университет) (Статья поступила в редакцию 15 декабря 2022 г.).

2. При этом, как оказалось, лексика обработки камня почти не фиксируется словарями иностранных слов, которые, как правило, включают терминологические заимствования из разных тематических сфер.

Список литературы

Зубрилина С. Н. Справочник по ювелирному делу. Ростов-на-Дону.: Феникс, 2006. 347 с.

Мавродина Н. М. Искусство русских камнерезов XVIII–XIX веков. СПб.: Государственный Эрмитаж, 2007. 559 с.

Михайлова Т. Б. История Уральского ювелирного и камнерезного дела. Историческая справка. 2016 // Ювелирум [Электронный ресурс]. URL: <https://juvelirum.ru/tehniki-obrabotki-yuvelirnyh-izdelij/istoriya-uralskogo-yuvelirnogo-i-kamnerезного-dela-istoricheskaya-spravka/> (дата обращения: 4.10.2020).

Николашвили М. Н. Профессиональная лексика отечественной гранильной промышленности // Русский язык в славянской межкультурной коммуникации: история и современность: Сборник научных трудов, посвященный юбилею К. А. Войлоковой. Вып. III / Редкол.: В. В. Леденева, Т. М. Фадеева, Е. Д. Звукова. М.: Московский гос. обл. ун-т, 2015. С. 193–198.

Семёнова С. В. Пламя и камень. Жизнеописание и размышления о том, как жил и работал художник и каменных дел мастер А. К. Денисов-Уральский. Екатеринбург: Автограф, 2007. 301 с.

Скурлов В. В. История и традиции фирмы Фаберже в камнерезном искусстве России: конец XIX – начало XXI вв.: Дис. ... канд. искусствоведения. СПб.: Санкт-Петербургский гуманитарный ун-т профсоюзов, 2012. 152 с.

Скурлов В. В. Камнерезное искусство в России: история и основные центры. 2013 // [Stonecarvers.ru](https://stonecarvers.ru/) [Электронный ресурс]. URL: <https://stonecarvers.ru/камнерезное-искусство-россии/?ysclid=lpсxb793e8390400856> (Дата обращения: 11.10.2020).

Хита Урала // Форум.хитник.рф [Электронный ресурс]. URL: <http://форум.хитник.рф/index.php> (Дата обращения: 05.07.2020).

Merriam-Webster Dictionary [Электронный ресурс]. URL: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/cabochon> (Дата обращения: 29.09.2020).

E.O. Borisova

Research fellow

Laboratory of Theoretical and Applied Folkloristics

Perm State University

Associate Professor of the Department

of Russian Language for Foreign Students

Ural Federal University

VOCABULARY OF GEMSTONE CUT IN THE ASPECT OF ITS ORIGIN

Jewelry terminology is poorly described from a linguistic point of view; modern research is focused mainly on the description of trade names of jewelry. In this article, the vocabulary of gemstone cut is examined in terms of its origin. The data was collected by interviewing jewelers, studying regional thematic Internet-forums and written sources related to the territory of the Ural region. It has been revealed that, although the Ural school of stone-cutting and lapidary art has a long history, the majority of lexemes are borrowed from foreign languages. In this way, both the names of parts of cut stone and the names of various types of polishing appeared in the Russian language.

Key words: the Ural region; lapidary art; professional vocabulary; non-standard vocabulary; lexical borrowings.

УДК: 394.268.7

Сергей Иванович Ерыкалов
студент филологического факультета
Санкт-Петербургский государственный университет
sergeyeryk@yandex.ru

СПЕЦИФИКА РЫБОЛОВНОГО КАЛЕНДАРЯ В СЕВЕРНОРУССКОЙ ДЕРЕВНЕ

В статье даётся характеристика рыболовецкого календаря жителей одной деревни на Русском Севере. На материале интервью, собранных в д. Сояна Мезенского р-на Архангельской обл. в 2021 и 2022 гг., автор реконструирует годовой промысловый цикл, актуальный для второй половины XX в., и кратко описывает текущую систему речного и морского промыслов. Полученная структура сопоставляется с традиционной календарной обрядностью. Особое внимание уделяется номинациям рыб и периодов их нереста, включенности рыбалки в социальную систему. Автор статьи делает выводы о связанности традиционного промысла и картины мира людей, участвующих в нем.

Ключевые слова: промысловый календарь; анимизм; рыбная ловля; экологическая антропология; рыболовная лексика

Введение

Экономическая система деревенского общества на Русском Севере отличается преимущественно неаграрным характером. Удаленность от столицы, труднодоступность, суровый климат, особенности почв и рельефа, сочетающиеся с развитой системой водоёмов, богатых рыбой, послужили основными факторами ориентации местных обществ на добывающий тип хозяйствования, заключающийся, в частности, в рыбных промыслах [Позаненко 2018: 32–33].

Мы задались целью определить, как зависят социальные, ритуальные и промысловые отношения от естественных природных циклов водоёмов на Русском Севере. Предметом нашего исследования стали экономические и онтологические системы жителей труднодоступной северной деревни в их связи с окружающими водными ландшафтами.

Материалом послужили интервью, записанные в ходе фольклорно-антропологической экспедиции в деревне Сояна Мезенского района Архангельской области летом 2021 и 2022 гг., в том числе полевые материалы автора. Информанты – люди в возрасте от 39 до 82, преимущественно мужчины (список информантов см. в конце статьи). Их рассказы о речном и морском промыслах стали объектом наших изысканий. В рамках данной работы мы опишем материал, собранный в одной деревне, однако, мы полагаем, что типы связи рыболовства и других аспектов жизни местных сообществ схожи с другими поселениями Русского Севера.

Человеческая деятельность вокруг экосистемы реки осуществляется в течение всего астрономического года, и в ней нельзя выделить момент, который бы определял начало цикла. Собственно об этом и писала Т. А. Бернштам в книге «Русская народная культура Поморья в XIX – начале XX в.». Сами про-

мысли «вели круглый год, один за другим или одновременно друг с другом, сообразуясь только с особенностями годовых биологических циклов основных промысловых рыб и морских зверей» [Бернштам 1983: 147]. Кроме того, этнограф отмечает, что «промышленник <...> получал продукты труда непосредственно в процессе промысла. В связи с этим сложен вопрос об определении начала трудового года промыслового календаря» [там же: 147].

Рыболовный промысел как деятельность мы разделим на две большие группы по принципу их организации: государственная (контролируемая государством, колхозная) и вернакулярная¹ (коллективная и индивидуальная). В рамках каждой из групп выделяются самостоятельные практики, но во многом они пересекаются. На особенности каждой из групп практик мы постараемся указать в ходе дальнейшей характеристики

Первая группа промыслов – государственная. До начала 1990-х гг. – организованная государством рыбная ловля. Контроль этой деятельности государством придаёт этим практикам необходимость строгой регламентации и масштабность коллектива участников. Отметим, государственные практики мы описываем в ситуации преимущественно 60–90-х гг. XX в. Верхняя граница избранного периода определена тем, что осуществление коллективного промысла связано с существованием колхоза:

<Ну, то есть в колхоз вот, ну, вступают вообще? Кто-нибудь?>

У нас не принимают никого, у нас...

<Давно уже?>

Давно как вот...

<А, то есть даже если желающие есть?>

Ну, как, по контракту тебя возьмут, допустим. Ну, по договору. Ну, как там, с этим, там тебе будет полный соцпакет, потому что, ну, ты будешь не колхозник, просто, как, ну, как по найму будешь, по договору.

<А, то есть колхозники сейчас – это вот те, кто вот изначально там в нём уже?>

Да. (Зап. от Юрия Сергеевича Коптякова, 1967 г. р. (урож д. Сояны) д. Сояны, Мезенский р-н, Архангельская обл., Соб. П. А. Матвеев, С. И. Ерыкалов. 2022 г.) [ФА СПбГУ] [ЭА РП].

Вторая группа практик обозначена как вернакулярная рыбная ловля. В этой группе рассмотрим случаи добычи рыбы для личных целей (и для продажи). В отличие от предыдущего кластера, эти практики связаны не только с областью экономической деятельности, но и с формами досуга.

Календарь государственного (колхозного) промысла

В рыбном промысле от колхоза участвовало практически всё мужское население изучаемой деревни, потому что эта деятельность входила в обязанности членов рыбколхозов. Включёнными в эту практику оказывались и работающие женщины. Истории о женском промысле по большей части связаны с рассказами времени Великой Отечественной войны и сразу после нее, когда мужское население было мобилизовано на фронт:

И вот отсюда сто тридцать – сто сорок километров длина Сояны, потом Котуги семнадцать, потом на озёрах на лопастных – за четыре дня до

Илоса, это, не сказать, что сто семьдесят, сто шестьдесят, сто семьдесят. Женщины со стариками раньше поднимались! <...>

Рыбу ловили, да, это... все мужчины были на, на войне, на войне были, и кому: вот, это, женщины у нас... (Зап. от Григория Григорьевича Рочева, 1963 г. р. (урож д. Сояна) д. Сояна, Мезенский р-н, Архангельская обл., Соб. И. С. Веселова, С. В. Саватьева, С. И. Ерыкалов. 2021 г.) [ФА СПбГУ] [ЭА РП].

Колхозники д. Сояна выезжали на коллективный промысел на озёра рядом с пос. Кепино, который находится на юго-западе от Сояны в более чем 100 км. Для молодого человека первый в жизни выход на промысел обычно случался после возвращения со службы в советской армии вместе со вступлением в колхоз. Участие в общей трудовой кампании было частью базовой мужской социализации. «На озёрах» молодые мужчины учились владению лодкой, плетению корзин, самой рыбной ловле.

Далее мы коротко опишем каждый из этапов годового промыслового цикла, организованного государством, принимая во внимание сложности этой задачи. Точкой отсчёта мы выберем период ледохода. Это естественная временная точка, на которую ориентируются местные жители.

Река Сояна освобождается ото льда к середине мая. Однако в небольших притоках верховьев р. Кулой лёд сходит уже к началу мая, поэтому новый сезон коллективного промысла начинается там. Колхозников отправляют в верховья на вертолётках, а обратно они возвращаются уже на лодках, которые завозят на места лова осенью предыдущего года. Завершается промысел к моменту схода льда на р. Сояна, то есть проводят рыбаки там не более двух недель.

Туда увозили мужиков на вертолете, вертолет прилетал, они уже... у них там лодки стояли, но они отсюда эти, лодочные моторы отсюда забирают, невод, и вот они вот по этой... по малым речкам этим неводили хариуса. <...>

Было где-то, наверное, конец апреля где-то. То речки... здесь-то река ещё стоит, Сояна-то, а там верховья всё равно уже, всё уже вышло, вот они там уже успевали неводом порыбачить.

<А, то есть это разные группы, которые на хариуса идут и...>

Нет, там, там люди могут быть одни и те же. Они сначала там порыбачат, потом сюда приедут, в лодки – и опять туда поехали уже, уже на эти, на озёра рыбачить. (Зап. от Юрия Сергеевича Коптякова, 1967 г. р. (урож д. Сояна) д. Сояна, Мезенский р-н, Архангельская обл., Соб. П. А. Матвеев, С. И. Ерыкалов. 2022 г.) [ФА СПбГУ] [ЭА РП].

На Кепинские озёра колхозники в середине мая добирались на лодках самостоятельно. Работают в бригадах по 2–4 человека. Длится каждый выезд один-два месяца. В течение этого времени мужчины ловят рыбу (щука, окунь, сорога, лещ, язь) и подготавливают её к хранению.

Второй выезд «на озёра» происходит уже осенью, после окончания сельскохозяйственных работ. Данный этап полностью повторяет предыдущий по своему принципу, однако главной целью рыбаков на этот раз становятся сиг и ряпушка. Завершается этот выезд приблизительно в октябре, потому что в те-

чение ноября река начинает покрываться льдом, и в декабре окончательно наступает ледостав.

<...а какой вообще вот календарь был вот от колхоза, когда ходили на рыбалку?>

Весной и осенью.

<Весной и осенью.>

Весной после выхода реки, осенью – перед... ну, там сентябрь-октябрь, допустим. А там – май-июнь.

<И надолго?>

Ну, вот май-июнь, как река, как река вышла, и там, ну, там, допустим, если на озере, там лещей, там караулят, а там лещи уже самые последние, ну, как говорится, поднимаются, икру-то несут.<...>

Вот они, они где-то приезжали уже в начале июля, то есть месяца, ну, два там живут. (Зап. от Юрия Сергеевича Коптякова, 1967 г. р. (урожд д. Сояна) д. Сояна, Мезенский р-н, Архангельская обл., Соб. П. А. Матвеев, С. И. Ерыкалов. 2022 г.) [ФА СПбГУ] [ЭА РП].

До запрета на вылов сёмги на всё время от ледохода и до ледостава местные жители в пешей доступности от деревни устанавливали т. н. «забор». Это конструкция из сетей, закреплённых вбитыми в дно реки кольями. Сёмга идёт вверх по течению реки и упирается в ловушку с несколькими стенами из сетей («котёл»): обратно она выйти не может, так как выход из «котла» узкий, и инстинкт не даёт рыбе поддаться течению реки и вернуться назад. В это время рыбаки стягивают сети и вытаскивают сёмгу на берег.

Вот река вскроется ото льда, вода упадёт – вот забивали колья. Вот так русло идёт, там сначала грязевые сетки стояли так, ну чтоб проезд был.

Да.<...> Здесь назы... ну как, называли они «котёл», то есть это такая хитрая ловушка, она потому что рыба туда заходит, а обратно-то выйти не может.

<То есть они клином, получается, по направлению, как бы, против... Ну, в смысле, да, против течения...> <...>

Да, против течения, но, но по ходу сёмги. Она сюда идёт-идёт, сюда вот ударяется, идёт, тычется-тычется, заходит – тут такой как котёл у них. (Зап. от Юрия Сергеевича Коптякова, 1967 г. р. (урожд д. Сояна) д. Сояна, Мезенский р-н, Архангельская обл., Соб. П. А. Матвеев, С. И. Ерыкалов. 2022 г.) [ФА СПбГУ] [ЭА РП].

Кроме ловли рыбы на реке недалеко от деревни рыбаки предпринимали отхожий промысел после установки льда. Рыбаки снова отправлялись на озёра, где ловили рыбу сетями. Основным интересом, как и во время осеннего лова, в это время представляют сизи и ряпушки.

Последняя в этой группе разновидность промысла – «зверобойка». Она не относится напрямую к рыбной ловле, потому что ловят «морзверя» (тюленей), но сама практика органично встроена в систему промысла на воде. Мужчины-колхозники отправлялись к поселениям на берегу Белого моря, где объединялись с группами из других сёл и деревень, чтобы охотиться на «морского зверя», как на Русском Севере называют тюленей. Бригада из Сояны количеством

в 10–12 человек отправлялась на вертолётах во второй половине февраля на 1–2 недели в Нижнюю Золотицу, где происходил отлов «зеленца» (только что родившегося тюленя с мехом зеленоватого окраса). После этого они перемещались в Койду, где 1–2 недели охотились на «серку» (подросшую особь, чей мех линял в несколько стадий: изменяясь от белого к «камуфляжному», потом к серому).

Особенность этого промысла с точки зрения его организации состояла в том, что участвовали в нём не все колхозники. Этот промысел можно описать как труд молодых и сильных мужчин, проявивших себя как усердные и исполнительные специалисты в процессе рыболовных выездов. За недельную работу на «зверобойке» можно было получить практически годовую заработную плату члена колхоза. При этом из историй некоторых информантов следует, что впервые в «зверобойке» они поучаствовали сразу после армии.

Там этот где-то, где-то в районе 23 февраля, наверное, где-то вот этот зеленец. Потом в начале марта вторая зверобойка, уже это серка называется. Это уже везут в Койду, там специальные такие вольеры, такие клетки вот с комнату, наверное, даже больше, наверное, чем комната.

Ну, считалось, если вот так вот, ну, дней восемь-десять, так вот если зверобойка прошла, так там очень хорошо заработаешь. Ну, по деньгам, допустим. Если, допустим, я так к примеру, допустим: ну, сто рублей, допустим, в месяц получал, а тут я, допустим, за восемь дней там, ну, получил, допустим, там тысячу, допустим. (Зап. от Юрия Сергеевича Коптякова, 1967 г. р. (урожд. Сояна) д. Сояна, Мезенский р-н, Архангельская обл., Соб. П. А. Матвеев, С. И. Ерыкалов. 2022 г.) [ФА СПбГУ] [ЭА РП].

Вернакулярный промысел

Ловля рыбы для личных нужд не имеет строгой регламентации ни во временном, ни в инструментальном, ни в пространственном отношении. Рыболов сам решает, когда, где, каким образом и с кем он будет осуществлять промысел.

Доминирующей формой рыбной ловли в наши дни стал индивидуальный промысел. Отсутствие богатого улова давно не влечет голод и финансовые проблемы частных хозяйств, однако рыба до сих пор доминирует в рационе местных жителей. Все эти факторы обеспечивают функционирование практики, с одной стороны, как досуговой, с другой, как экономически небесполезной. С исчезновением колхоза рыбная ловля как трудовая деятельность потеряла свою обязательность. Государство в этой сфере жизни деревни осталось лишь в роли надзирателя: самостоятельный и неотъемлемый мотив каждого интервью о рыбалке – жалоба на строгие ограничения вылова рыбы, лицензирование, огромные штрафы за привычный с детства промысел.

Собственные ориентиры

После описания календаря промысла мы можем перейти к рассмотрению номинаций, которыми пользуются местные жители при описании собственного календаря. С этой задачей связана проблема несоответствия картины мира исследователя, городского жителя, и информанта, сельского рыбака.

Сложность, в частности, вызывает устройство календаря практик. Знания о них не зафиксированы, а передаются устно и наглядно-практически, по определению Лурия [Лурия 2006: 238–244]. В качестве темпоральных ориентиров используется не привычный для современного горожанина григорианский календарь, а точки природных событий: ледоставы, ледоходы, «походы» рыбы, приливы/отливы. По этому поводу П. Бурдые пишет, что «при любой попытке составить сводный «календарь» <...> обнаруживается, что идентичные «периоды» получают различные наименования и что – даже еще чаще – идентичные наименования даются «периодам» очень разной продолжительности и по-разному датируемым в зависимости от региона, племени, деревни и даже информаторов» [Бурдые 2001: 390].

Например, во время разговора о периодах нереста сёмги на уровне речи практически никогда не происходило соотношения с григорианским календарём: рыба называлась по тому религиозному празднику, на который приходилась её «поход» (дни памяти св. Иоанна Предтечи, пророка Илии, Прокопия Устюжского, свв. апостолов Петра и Павла).

Особенно вот сейчас вот, прокопьевские камбалы, знаешь, какие хорошие, большие.

<Прокопьевские – это когда?>

Прокопий – это где-то... Надо в календаре посмотреть. Камбалы вот такие попадали, большие камбалы. Такие, большие камбалы. Ивановские – те мелкие, седьмого-то июля. Петровские – они хоть и большие, но они не мясистые, тонкие. А вот прокопьевские-то, те пойдут, да ильинские – те, ой, какие хорошие. Так бы и поела бы. (Зап. от Тамары Гавриловны Зябишевой 1939 г. р. (урож. д. Сояна) д. Сояна, Мезенский р-н, Архангельская обл. Соб. И. С. Веселова, К. И. Ускова. 2021 г.) [ФА СПбГУ] [ЭА РП].

В ходе интервью были записаны случаи характеристики рыб по их внутренним «душевному» качествам и попытки объяснить их поведение их собственными волевыми решениями. Такую разновидность отношений с окружающим миром французский антрополог Ф. Дескола называет анимизмом. Под ним он подразумевает тип онтологии, при котором «человек наделяет нечеловеческие существа такой внутренней идентичностью, которая сходна с его собственной» [Дескола 2012: 171]. Мы применяем этот термин по отношению к поведению жителей деревень Русского Севера в том же смысле, в каком говорили бы об анимизме в городской среде между домашним животным и его хозяином. Речь идёт лишь о том, что человек наделяет «душой», а следовательно, субъектностью тех представителей живого нечеловеческого мира, с которыми он входит в контакт чаще и теснее. Из этого вытекает несколько онтологических фактов, выражающихся на уровне языка. Во-первых, рыбы наделяются если не способностью принимать волевые решения, то, по крайней мере, **независимостью** в собственном перемещении:

<Это, как ещё говорят, к праздникам рыба идёт? К Спасу где-то тоже.>

Но это Сёмжа. Ну не знаю, будут брать, не будут. Она вряд ли, она сейчас в губе шляется. Она не пойдёт – вода тёплая. (Зап. от Александра Владими-

ровича Хватаева, 1961 г. р. (урож г. Мезень) д. Сояна, Мезенский р-н, Архангельская обл., Соб. П. А. Матвеев, С. И. Ерыкалов. 2022 г.) [ФА СПбГУ] [ЭА РП].

Во-вторых, регулярно повторяющееся поведение той или иной рыбы закрепляет за ней *определённый «характер»*, будто бы её действия были обусловлены не системой инстинктов, а психологическими чертами рыбы как личности:

Потому что леци – они такие, рыбы-то осторожные. Там допустим если гром или что-нибудь... (Зап. от Юрия Сергеевича Коптякова, 1967 г. р. (урож д. Сояна) д. Сояна, Мезенский р-н, Архангельская обл., Соб. П. А. Матвеев, С. И. Ерыкалов. 2022 г.) [ФА СПбГУ] [ЭА РП].

Да, вот бригада всё лето ловила, но только когда мы прибыли, они выезжают уже, не попадают, убегают, обманывают<нрзб. – 14:48>.

<Да?>

Ну.

<Хариус – обманывает?>

Ну, вон, у дядьки-то мать-то говорила, говорит, они там по речкам, есть такие речки с поднором – туда уходит под берег вода-то, он туда раз, в эту убЕжит, и всё, и подтянешь, то не отпускает. (Зап. от Петра Станиславовича Быкова, 1965 г. р. (урож д. Сояна) д. Сояна, Мезенский р-н, Архангельская обл., Соб. И. С. Веселова, С. И. Ерыкалов. 2021 г.) [ФА СПбГУ] [ЭА РП].

Фиксируются в промысловых практиках и рудименты обрядовых действий. Так, проруби для осуществления подлёдного лова до сих пор называются «иорданями». Антиклерикальная политика государства, отсутствие в деревне церкви в советский период повлияли на то, что сама система Крещенских обрядовых практик на время пропала, однако воспоминание о ней сохранилось в языке. Корреляция между рыбалкой и Крещением не возникнет у человека, не обладающего опытом взаимодействия с этими промыслом и праздником. Результат накопления и передачи опыта, объективированного в языке, австрийский социолог П. Бергер и немецкий социолог Т. Лукман назвали «социальным запасом знания» [Бергер, Лукман 1995: 71–72]. Для нас важно, что именно экономическая деятельность на реке становится аккумулятором памяти об уже утерянных практиках. Благодаря тесной связи окружающей среды, языка и труда оказывается возможной актуализация пассивного знания:

ЮС: Потом, ну, вот сейчас как в современных бензопилой пропиливают такие вот, ну, маленькие иорданчики. Ну, вот как, так именно, что вот эти треугольные как бы.

<А почему иордань?>

А так называют: там прорубь, иордан – как-то так, иордань...

АП: Ну, это, наверное, я так думаю, что вот когда это с Крещением связано, там же это и... эта прорубь-то в форме креста иордан называлась, да, то есть как крестился Христос в реке Иордан, дак, наверное, с этой, с этого. (Зап. от Юрия Сергеевича Коптякова, 1967 г. р. (урож. д. Сояна) и Александры Петровны Коптяковой, 1971 г. р. (урож. г. Мурманск) д. Сояна, Мезенский р-н, Архангельская обл., Соб. И. С. Веселова, С. И. Ерыкалов. 2022 г.) [ФА СПбГУ] [ЭА РП].

Выводы

В данной статье мы продемонстрировали структуру промыслового календаря одной севернорусской деревни. Рыболовные практики делятся по типу организации на колхозные (государственные) и вернакулярные. К государственным практикам мы отнесли все обязательные этапы ежегодной кампании по вылову рыбы для членов рыболовецкого колхоза, существовавшего в советский период: ловля хариуса во время схода льда; промысел «на озёрах» между ледоходом и началом полевых работ – весенний и осенний; промысел на «заборе»; подлёдный лов; зверобойный промысел. Вернакулярные практики заключаются в самоорганизованной добыче рыбы и являются практически единственными существующими в современной российской истории деревни.

Представления местных жителей о промысловом календаре отличаются от тех, которыми обладает горожанин: вместо соотнесения этапов промысла с григорианским календарём, они обращаются к ориентирам, которые им предоставляет система традиционных календарных праздников (названия походов рыбы, прорубей для подлёдного лова) и окружающее природное пространство (система установления и схода льда). Близость социально-экономической деятельности с укоренёнными в традиции представлениями о природной действительности обеспечивает восприятие других живых, но нечеловеческих существ (рыб), имеющих отношение к промыслу, как наделённых субъектностью, характером. Этот анимистический взгляд на мир ярко отражается в речи информантов, что нам и удалось продемонстрировать на материале собранных интервью.

Примечание

1. В соответствии с первым значением лат. *vernāculus*, а, um – *туземный, местный* [Дворецкий, 1976: 1067]. Другими словами, организованный самими жителями, участниками промысла.

Список источников

ФА СПбГУ // Фольклорный архив Санкт-Петербургского государственного университета
ЭА РП // Электронный архив «Российская повседневность».

Список литературы

Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания. / Пер. Е.Д. Руткевич. М.: Медиум, 1995. 323 с.
Бернштам Т. А. Русская народная культура Поморья в XIX – начале XX в.: этногр. очерки / Т. А. Бернштам. Л.: Наука. Ленингр. отд-ние, 1983. 231 с.
Бурдые П. Практический смысл / Пер. с фр.; общ. ред. и послесл. Н. А. Шматко. М.: Институт экспериментальной социологии; СПб.: Алетейя, 2001. 562 с.
Дескола Ф. По ту сторону природы и культуры / Пер. с франц. О. Смолицкой, С. Рындина; общ. ред. С. Рындина. М.: Новое литературное обозрение, 2012. 584 с.

Латинско-русский словарь: Около 50 000 слов / И.Х. Дворецкий. – 2-е изд. Москва: Русский язык, 1976. 1096 с.

Лурия А. Р. Лекции по общей психологии. СПб.: Питер, 2006. 320 с.

Позаненко А. А. «Отдельная типа республичка»: структурные особенности пространственно изолированных локальных сельских сообществ // Мир России. Социология. Этнология. 2018. Т. 27. № 4. С. 31–55.

S. I. Erykalov

Student of the Philological Faculty

Saint Petersburg State University

THE SPECIFICS OF THE FISHING CALENDAR IN THE NORTHERN RUSSIAN VILLAGE

The article gives an ethnographic characteristic of the fishing calendar of the inhabitants of one village in the Russian North. Based on interviews collected in Soyana Mezensky district of the Arkhangelsk region in 2021 and 2022, the author reconstructs the annual fishing cycle relevant for the second half of the XX century, and briefly describes the current system. The resulting structure is compared with the traditional calendar rituals. Special attention is paid to the nominations of fish and their spawning periods, the inclusion of fishing in the social system. The author of the article draws conclusions about the connectedness of the fishing and the picture of the world of the people involved in it.

Key words: calendar of fishing; animism; fishing; ecological anthropology; fishing vocabulary.

Анастасия Сергеевна Русских
студент филологического факультета
Уральский федеральный университет
им. первого Президента России Б. Н. Ельцина
russkih30032002@gmail.com

К ЭТИМОЛОГИИ ЛЕКСИКИ ГНЕЗДА *ПАР*- В РУССКИХ НАРОДНЫХ ГОВОРАХ

В статье рассматривается этимолого-словообразовательное гнездо *пар*- в русском языке. Основное внимание уделяется семантической структуре гнезда, выявляемой на материале русских говоров. В масштабах гнезда представлена семантико-мотивационная типология номинаций человека, рассмотрены их контаминационные взаимодействия с омонимичными лексемами. В тематическом блоке лексики, обозначающей человека, определяются важные направления смыслового развития: «пар → дух, душа → сила, здоровье» и «детеныш животного (производное от корня с исходной семантикой пара) → ребенок». Автор анализирует некоторые «темные» в этимологическом отношении слова: так, излагаются аргументы относительно принадлежности лексемы *пáрень* ‘молодой человек, подросток’ гнезду *пар*-.

Ключевые слова: русская этимология; диалектная лексикология; семантическое развитие; мотивология; этимологическое гнездо.

Введение

Одним из основных принципов современной этимологической науки является принцип системности. Этимологизация линейная, основанная на выявлении сугубо фонетических преобразований, уже с середины XX века стала уступать этимологизации комплексной, учитывающей одним из главных эволюционных факторов семантическое развитие: «Связь [этимологии] с исторической семантикой настолько самоочевидна, что не требует документации» [Malkiel 1962: 210]. Рассмотрение совокупности лексем в качестве этимологического факта неизбежно предполагает их включение в особого рода структуру – этимологическое, или этимолого-словообразовательное, гнездо (см. использование этого термина, например, у [Варбот 2011; Галинова 2000; Горбушина 2016; Красоткина 2013] и др.), содержащее данные разных форм существования национального языка (не только литературного). Данное исследование посвящено рассмотрению лексического наполнения гнезда с вершиной *пар*- в русских говорах. Основным источником поиска материала стал «Словарь русских народных говоров» (СРНГ), а прочие представленные словари явились источниками случаев, не отраженных в СРНГ.

Этимолого-словообразовательное гнездо *пар*- отличается лексико-семантическим богатством и разнообразием. Это объясняется уникальностью самого явления пара и парообразования, которое предстает в народном сознании как необъяснимый, но вместе с тем значимый феномен, связанный с фактом термического воздействия (важного в хозяйственном отношении), с тайной исчезновения, со зрительной неуловимостью и ненаблюдаемостью. В народном сознании отражены два основных этапа вхождения этого явления в жизнь человека:

собственно метеорологический, состоящий в видении пара как независимой природной силы, и «окультуренный», когда пар стал восприниматься как подвластная человеку сила, пригодная для использования в быту.

Классификация лексических единиц гнезда *пар-*

В рамках исследования нами проведена тематико-семантическая классификация лексических единиц гнезда *пар-* в русских народных говорах (собрано около 400 единиц) и выделены следующие блоки, репрезентирующие определенные трансформации исходной семантики корня: «Природа» (53 единицы), «Человек» (70 единиц), «Быт» (48 единиц), «Хозяйство» (218 единиц). Наиболее разветвленное семантическое развитие связано с блоком «Человек», что объясняется, в первую очередь, закономерной реализацией в нем перехода «*пар* → *дух, душа*».

В процессе изучения материала внутри блока нами были выделены основные линии номинаций: номинации объективные (характеризующие человека *биологически*) и субъективные (*лично-характерологические*). Закономерностью, обнаруженной в результате анализа единиц блока и гнезда в целом, явилось то, что указанный переход «пар, газ → дух, душа» преимущественно отражен в объективных номинациях: диал. шир. распр. *пáрень* ‘мальчик, подросток; друг, приятель (в дружеском обращении к человеку любого возраста и пола)’ (СРНГ, 25, 223¹) (в отличие от литер. ‘юноша, молодой человек; вообще о мужчине’ (ССРЛЯ, 9, 186)) и др. В субъективных же номинациях, обозначающих приобретенные, а не врожденные особенности (характер, личность, болезненные состояния и т. д.), больше актуальна корневая семантика тепла и жара: пермск., верхот. *запáрить* ‘забыть’ (10, 303) и др.; также нередко в этой группе проявляются семантические переходы из сферы физиологии или других тематических групп (преимущественно «Хозяйство»): пермск., соликам., оренб. *парной* ‘сильный, могучий’ («Ты вся парная девка, шибко славная») (25, 234), волог., пермск. *парунья* ‘о домовитой хозяйке, заботливой матери’ (25, 244), и др.

В массиве отобранных лексем стоит обратить особое внимание на объективные номинации, в частности, на слово *парень*. Классические этимологии лексемы *парень* не дают точной и однозначной версии ее происхождения, однако склоняются к тому, чтобы считать ее не относящейся к этимологическому **par-*: так, Макс Фасмер считает, что *парень* – уменьшительная форма существительного *парубок* (Фасмер, 3, 206); В. Н. Топоров, принимая этимологию М. Фасмера, доказывает связь др.-перс. *parna* и русс. *парни*, опираясь на конкретизацию денотата этого понятия (определенная возрастная группа, стремящаяся через вступление в брак занять более высокое социальное положение) [Топоров 1970: 23–37]. Современные этимологические изыскания также отвергают принадлежность лексемы *парень* к этимологическому гнезду *пар-*. Так, А. Ф. Журавлев выстраивает свою этимологию, используя методику сопоставления дериватов одной и той же основы с различными префиксами, в том числе архаичными [Журавлев 2023: 48–49]. Ученый убежден, что *парень* имеет отношение не к *пар*, а к *пора* ‘подходящее для чего-либо время’; в качестве аргументации приводятся такие диалектные лексемы: сев.-русс. *порéть* ‘входить в силу, пору; мужать’, ср. уральск. *пóрень* ‘здоровяк’ (30, 56), волог. *непорáтый*

‘явившийся не вовремя, не в пору’, псков., твер. *непористый* ‘безвременный’ (21, 119), сев.-русс. *супарень* ‘женщина с повадками и ухватками парня, мужчины’, ‘парень с повадкой женщины’, ‘гермафродит’, *супарь* (42, 248), волог. *папарень* ‘глуповатый юноша, недоросль’ (Режск., 336) и др.

В. Э. Орел объясняет, что существующие этимологии слова *парень* не являются верными: версия М. Фасмера является некорректной со словообразовательной точки зрения²; иранское происхождение слова, которое доказывается В. Н. Топоровым, невозможно из-за «неверной интерпретации ряда иранских фактов» [Орел 2014]. Исследователь приходит к заключению о том, что *парень* образовано от *паря* < **pare* – и являлось изначально словом, связанным с добрачным деревенским флиртом, стоящим в одном семантическом ряду со словами *дроля*, *душка*, *миленок* и т. д. В этом случае сама семантико-словообразовательная модель появления деревенских любовных прозвищ «диктует» именно происхождение слова *парень* от *пар* или *пара* ‘душа, дух, жизнь, животная теплота’ (Даль, 3, 16).

Заключение В. Э. Орла можно подкрепить двумя возможными мотивационными ситуациями, проявляющимися в нашем материале:

1) *паря*, *парень* как ‘человек, привлекающий крепостью тела и духа, пышущий здоровьем и силой’: крепкое здоровье, сила духа, отсутствие болезненности – важные условия создания здорового потомства, и поэтому эти черты в человеке высоко оценивались и могли стать основанием ласкового прозвища (по принципиальной аналогии со словами *крепыйш*, *богатырь* и т. п.). Данная мотивация в говорах в дальнейшем поддерживается вторичными личностно-характерологическими обозначениями, например, пермск., соликам., оренб. *парной* ‘сильный, могучий’ (25, 234), коми *парнистый* ‘крепкого телосложения; сильный, могучий (о человеке)’ (25, 228);

2) *паря* семантически близко ласкательным *душенька*, *душа моя* ‘спутник жизни, родственная душа, самый близкий человек’, что является выражением любви, привязанности и желания связать судьбу с объектом такого флирта; в этом случае может быть актуальна связь с образом пара как с устремляющейся вверх субстанцией, душой.

Случаи бытования диалектных лексем прииртыш. *выпарок* ‘о долгожданном ребенке’ (СРСГСП, 1, 122) и талицк., алтай. *выпарок* ‘недоношенный ребенок, недоносок’ (СГРС, 2, 205) также представляют большой интерес с точки зрения мотивации. Несомненна их связь с «птицеводческой» номинацией: пермск. *выпарок* ‘птенец, который еще не умеет летать’ (СПГ, 1, 143) от диал. шир. распр. *выпаривать* ‘высиживать птенцов (цыплят, утят и т. д.)’ (5, 234); также не вызывает сомнений признание в рассматриваемых номинациях сохранившегося значения температурного воздействия, характерного для корня *пар-*. Однако обращает на себя внимание экспрессивный контраст значений лексем на разных территориях: если первый вариант явственно положительно окрашен, то случай с обозначением недоношенности может быть истолкован по-разному. Семантика температурного воздействия, по нашему мнению, сохраненная в обеих номинациях, в случае с лексемой *выпарок* ‘недоносок’ может проявляться в таких мотивационных вариантах:

1) 'ребенок, появившийся на свет благодаря материнской заботе, подобной высиживанию яиц', т. е. в результате выпаривания как процесса: температурное воздействие в этом случае приравнено к стремлению обеспечить условия для благополучного появления ребенка на свет; эту же, «положительную», номинативную идею, но в другом ракурсе рассмотрения реализует волог., пермск. *пару́нья* 'о домовитой хозяйке, заботливой матери' (25, 244);

2) 'ребенок, непредвиденно появившийся на свет раньше срока, и потому нуждающийся в инкубации'; обратимся для комментария к другой обнаруженной нами лексеме с аналогичным значением: уральск. *недопа́рыш* 'недоносок, недоноска; недоношенный ребенок' («Дедушка Терентий недопарыш был, шесть недель лежал в шапке на печи; Говорят недопарыш: девочка или мальчик недоразвитый, семи месяцев родился») (21, 27); контексты иллюстрируют идею о необходимости искусственно поддержать температурные условия для недоношенного ребенка, то есть «выпарить» его, когда его «недопарили» естественным путем;

3) 'ребенок, который появился на свет раньше срока в результате целенаправленных действий матери, желающей его лишиться': в этом случае семантика мотивирующего глагола *вы́парить* приобретает негативную окраску и приближается к 'испариться, выпариться, исчезнуть'. При таком рассмотрении допустимо предположение о производности сиб. *вы́парок* 'недоношенный ребенок, недоносок' от *вы́пороть* в значении 'вырезать, извлечь из утробы' (с последующим упрощением); отметим в качестве аргумента факты литературного языка: *вы́порок* 'то, что выпорото откуда-нибудь' и *вы́пороток* 'недоношенный детеныш, вынутый из утробы самки' (ССРЛЯ 1991, 2, 818). Думается, что версия о производности от глагола *пороть* вполне логична; гнездо этого глагола отличается частотностью контаминаций с гнездом *пар-* (в связи с признаком механического воздействия, удара³).

Данный языковой факт является свидетельством наличия в гнезде *пар-* семантической модели «*детеныш животного* → *человек, молодой человек, ребенок*», подтверждающейся также найденными в материале параллелями: например, черепов., новг. *паренинник* [без указ. уд.] 'годовалый теленок', *парени́нницы* 'телята, которые пасутся отдельно (от общего стада) в паровом поле (паренине)', *парени́нница* 'девушка-подросток, еще не участвующая в посиделках взрослых' (25, 221).

Выводы

Таким образом, в тематическом блоке «Человек», выделяющемся внутри гнезда корня *пар-*, наиболее важными и нестандартными моделями смыслового развития являются «*пар, газ* → *дух, душа* (→ *сила, здоровье*)» и «*детеныш животного/птенец* → *молодой человек, ребенок*», реализующие социальную, хозяйственную или бытовую логику мотивации. Их значимость обоснована влиятельностью физиологических параметров (пол, возраст, физическое здоровье и т. д.) при номинации человека в контексте традиционного общества. Мы отметили также наличие в масштабах гнезда *пар-* личностно-характерологических наименований, более субъективных по своей природе и являющихся в большинстве производными. Найденный диалектный материал позволяет

считать основанием номинаций человека в гнезде корня *пар-* преимущественно физиологическую характеристику, физическую силу и здоровье.

Примечания

1. Далее в работе ссылки на это издание даются с указанием тома и страниц в круглых скобках.

2. Приведем другие встречающиеся в диалектах формы (за исключением огромного массива уменьшительно-ласкательных и уничижительных рутинных образований, являющихся производными собственно от *парень* и его вариантов: *паренёк, парнище, парнишок, паренька* и т. п.): диал. шир. распр. *пáря* ‘мальчик, юноша; мужчина, приятель’; новг. *пáры* ‘парни’; нижегор., костром., вят., волог., сиб. *парь* ‘парень; друг, приятель, товарищ (обычно в обращении)’ (25, 250); диал. шир. распр. *пáря* ‘обращение к девушке’ («Долго ты, паря, плясала. Ой ты, паря, какая дельщица») (25, 251); камчатск. *пáрень* ‘в дружеском обращении к человеку любого возраста и пола’ (25, 223). Принимая во внимание такие формы, мы вряд ли можем говорить о сокращенной природе лексем и их производности от *паробок*.

3. Данное положение подтверждается встречающимися в диалектном материале синхронными омонимами, восходящими к разным корневым гнездам: например, пск., смол. *выпáривать* ‘вырезать, извлекать телянка из живота зарезанной коровы’ (5, 234) и онеж., арх. *выпáривать* (о молоке) ‘приготовить топленое молоко’ (там же). Первая лексема на основании своей семантики отнесена нами к числу дериватов гнезда от глагола *пороть* (*pǒrti): *порóть* > *пáръыва-ть (и.-е. вокализм *ǒ//*ō) > *вы-пáръивать* > *выпáривать* (семантическая аттракция *выпарывать* и *выпаривать* в идее выведения, извлечения – ср. также талицк., г. алтай. *в́ыпарок* ‘недоношенный ребенок, недоносок’ (СГРС, 205) и приведенные в качестве аргументации факты литературного языка; смол. *запáривать* ‘засекать розгами’ (10, 302) и лит. *запáривать* ‘замачивая горячей водой, делать мягким; парить кого-либо в бане до изнеможения’ (ССРЛЯ, 4, 744–745), южн. *запáривать* ‘передержать тесто в теплом месте’ (10, 302)); вторая лексема (онез., арх. *выпáривать*) обладает семантической соотнесенностью с корнем *пар-*, что убедительно подтверждается словообразовательной структурой.

Список источников

Даль – Толковый словарь живого великорусского языка Владимира Даля: в 4 т. М.; СПб: Издание книгопродавца-типографа М. О. Вольфа. Т. 3. 1882. 576 с.

Режск. – Словарь вологодского режского говора (по материалам диалектологических экспедиций в Сямженский район Вологодской области). Вологда: ВоГУ, 2017. 602 с.

СГРС – Словарь говоров русского Севера / гл. ред. А. К. Матвеев. Екатеринбург: изд-во Уральского ун-та. Т.2. 2002. 292 с.

СПГ – Словарь пермских говоров / Сост. А. Н. Борисова, О. В. Гордеева, Е. К. Мисюра [и др.]. Пермь: изд-во «Книжный мир». Вып. 1. 2000. 607 с.

СРНГ – Словарь русских народных говоров / гл. ред. Ф. П. Филин (вып. 1–22), Ф. П. Сороколетов (вып. 23–42), С. А. Мызников (вып. 43–). М.; Л.; СПб.: Наука. Вып. 5. 1970. 345 с. Вып. 10. 1974. 388 с. Вып. 21. 1986. 360 с. Вып. 25. 1990. 352 с. Вып. 42. 2010. 330 с.

СРСГСП – Словарь русских старожильческих говоров среднего Прииртышья: в 3 ч. с доп. / Под. ред. Г. А. Садретдиновой. Томск: изд-во Томского ун-та. Ч. 1. 1992. 228 с.

ССРЛЯ – Словарь современного русского литературного языка: в 17 т. / Изд-во АН СССР; гл. ред. В. И. Чернышев. М.; Л., Т. 4. 1955. 1364 с. Т. 9. 1959. 1482 с.

ССРЛЯ 1991 – Словарь современного русского литературного языка: в 20 т. / АН СССР Ин-т рус. яз.; гл. ред. К. С. Горбачевич. М.; Рус. яз. Т. 2. 1991. 960 с. Т. 4. 1993. 576 с.

Фасмер – Фасмер М. Этимологический словарь русского языка: в 4 т. / М. Фасмер; пер. с нем. и доп. О. Н. Трубачева под ред. Б. А. Ларина. М.: Прогресс. Т. 3. 1987. 832 с.

Список литературы

Варбот Ж. Ж. Исследования по русской и славянской этимологии. СПб.: Нестор-История, 2011. 648 с.

Галинова Н. В. Этимолого-словообразовательные гнезда праславянских корней со значениями ‘гнуть’, ‘вертеть’, ‘вить’ в говорах русского севера: дис. ... канд. филол. наук. Екатеринбург, 2000. 294 с.

Горбушина И. А. Словообразовательное и этимологическое гнездо слов от праславянского корня **ter-* в русском языке на славянском фоне: дис. ... канд. филол. наук. М., 2016. 323 с.

Журавлев А. Ф. Непродуктивные префиксы в восточнославянских диалектах (этимологическая эвристика; трудности идентификации) // Вопросы языкознания. 2022. Вып. 6. С. 44–61.

Красоткина Е. Ю. Лексико-словообразовательное гнездо с доминантой *часть* в истории русского языка: автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2013. 18 с.

Орел В. Э. Рус. *парень* // Праславянские и восточнославянские этимологии. [Электронный ресурс]. URL: <https://litresp.ru/chitat/ru/%D0%9E/oryol-vladimir-emmanuilovich/praslavyanskie-i-vostochnoslavyanskie-etimologii/3> (Дата обращения: 14.05.2023)

Топоров В. Н. О происхождении некоторых русских слов (К связям с индо-иранскими источниками) // Этимология / под ред. Ж. Ж. Варбот [идр.]. М.: Наука, 1970. С. 21–45.

Malkiel J. Etymology and General Linguistics // Word: Linguistic Essays: On the Occasion of the Ninth International Congress of Linguists, 1962. Vol. 1–2. P. 198–219.

A. S. Russkikh

Student of Philological Faculty

Ural Federal University

**ON THE ETYMOLOGY OF VOCABULARY OF WORD FAMILY
WITH *PAR-ROOT IN RUSSIAN FOLK DIALECTS**

The article considers the etymological and word-formation word family with **par*-root in the Russian language. The main attention is paid to the semantic structure of the word family, revealed by the material of Russian dialects. The semantic and motivational typology of human nominations is presented on the scale of the word family, their contamination interactions with homonymous lexemes are considered. In the thematic block of vocabulary denoting a person, important directions of semantic development are determined: “steam (*par*) → spirit, soul → strength, health” and “baby animal (derived from the root with the original semantics of steam) → child”. The author analyzes some “dark” words in etymological terms: thus, arguments are presented regarding the belonging of the lexeme *paren* ‘young man, teenager’ to the etymological family of words with **par*-root.

Key words: Russian etymology; dialect lexicology; semantic development; motivology; word family.

МЕТОДИКА ПРЕПОДАВАНИЯ ФИЛОЛОГИЧЕСКИХ ДИСЦИПЛИН

УДК 372.881.161.1

Екатерина Витальевна Корепанова
студент филологического факультета
Пермский государственный
национальный исследовательский университет
ekakorep@yandex.ru

РАЗВИТИЕ НАВЫКОВ МОНОЛОГИЧЕСКОЙ РЕЧИ НА РУССКОМ ЯЗЫКЕ С ОПОРОЙ НА АУТЕНТИЧНЫЙ ВИДЕОМАТЕРИАЛ

В рамках данного исследования рассмотрены некоторые пособия и электронные ресурсы по обучению устной монологической речи в рамках русского языка как иностранного, в том числе курсы с использованием аутентичных видеоматериалов, и разработана авторская рабочая программа по обучению устной монологической речи на русском языке с опорой на аутентичный видеоматериал, а также создана композиция типового урока; рассмотрены критерии отбора аутентичных видеоматериалов для уроков русского языка как иностранного.

Ключевые слова: методика обучения; аутентичный видеоматериал; русский язык как иностранный; коммуникативная компетенция; монологическая речь.

Введение

В настоящее время в связи с глобализацией мировых процессов, в том числе процесса образования, возрастает значимость специалистов, умеющих коммуницировать на иностранных языках. В связи с этим в российские высшие учебные заведения поступает большое количество иностранных студентов, стремящихся изучить русский язык и получить высшее образование на русском языке. Возрастает значимость эффективных методик обучения русскому языку как иностранному.

В процессе обучения иностранные студенты сталкиваются с необходимостью продуцировать монологические высказывания различных типов. Монологическая речь (от греч. *μόνος* – один и *λόγος* – слово, речь) – форма (тип) речи, образуемая в результате активной речевой деятельности, рассчитанной на пассивное и опосредованное восприятие [ЛЭС]. Пособия по формированию навыков устной речи включают в себя множество разнообразных заданий, касающихся обучения диалогической речи, и меньшее число заданий, формирующих навыки монологической речи. В связи с этим методические разработки, связанные с обучением производству устной спонтанной монологической речи на русском языке, актуальны.

Государственный стандарт по русскому языку как иностранному второго уровня устанавливает, что в части производства речи студент должен продуцировать монологические высказывания, содержащие аргументацию с элементами оценки [Государственный образовательный стандарт 1999: 11]. Студент

должен уметь построить монолог описательно-повествовательного характера с элементами рассуждения.

Целью настоящей работы стало составление авторской рабочей программы по обучению реализации оценочных интенций в устной монологической речи для второго сертификационного уровня владения РКИ. Предмет исследования – обучение навыку реализации оценочных интенций в устной монологической речи с применением видеоматериалов. Новизна исследования заключается в создании авторской рабочей программы по обучению реализации оценочных интенций в устной монологической речи.

Обзор пособий по обучению монологической речи

В рамках исследования было рассмотрено несколько пособий, подходящих в том числе для обучения устной русской монологической речи студентов второго сертификационного уровня. Пособие Д. Г. Коврижкиной «Выражаем свои эмоции по-русски» [Коврижкина 2019] предназначено для формирования навыков и умений выражать эмоции средствами русского языка в устной речи. Представленный идиом – разговорная литературная речь. Коммуникативные задания в пособии в основном требуют создания диалогических типов высказываний, однако пособие представляет большое количество заданий для обучения устной спонтанной речи в целом.

Учебное пособие С. Я. Евтушенко «Читаем, рассуждаем, говорим» [Евтушенко 2021] направлено на подготовку к сдаче ТРКИ-2 и активизацию лексико-грамматических навыков. В пособии используются аутентичные тексты. Идиом, представленный для освоения и обучения, – русская разговорная литературная речь, предмет изучения – нежанровые формы русской литературной речи. Задания в пособии предполагают составление монологических высказываний повествовательного и описательного типа, а также аргументированное рассуждение.

Учебное пособие Е. Х. Жарковой, Н. В. Кутуковой, Л. Н. Ольховой «Разговоры по душам» [Жаркова и др. 2019] содержит 10 разговорных тем, в том числе включает в себя образцы монологической речи, лексико-стилистические комментарии и задания на развитие устной речи и навык перевода. Пособие предназначено для англоговорящих студентов, владеющих вторым или третьим сертификационным уровнем ТРКИ. Каждая глава пособия содержит один диалогический и один монологический текст на русском языке, а также перевод текстов на английский язык. Представленный идиом – разговорная литературная речь, однако на лексическом и синтаксическом уровне встречаются элементы городского просторечия.

Проблема использования аутентичных материалов в процессе обучения иностранным языкам получила в отечественной и зарубежной методике разностороннюю разработку и продолжает привлекать внимание многих методистов, в том числе специализирующихся на преподавании РКИ [Гриднева, Владимирова 2018: 37]. При этом, как видно из обзора, не во всех пособиях, формирующих навыки устной речи, они применяются.

Однако в методике преподавания иностранных языков аудиовизуальный метод занимает важное место, и аутентичные материалы относятся к одним из

наиболее эффективных. Просмотр аутентичных видеоматериалов позволяет студентам погрузиться в контекст изучаемого языка, что способствует лучшему пониманию и усвоению языковых особенностей, культуры и акцентов. Аутентичное видео содержит живую речь, является фрагментом естественной языковой среды, что позволяет студенту усваивать актуальную лексику и наиболее используемые в языке грамматические конструкции.

Несмотря на явные преимущества использования аутентичных видеоматериалов в курсах и пособиях по русскому языку как иностранному, таких курсов существует сравнительно мало. Пособие по развитию речи «О русских фильмах по-русски» Н. Н. Глебовой и И. А. Ореховой [Глебова и др. 2016] представляет собой дополнительное издание к основному курсу практического русского языка и рассчитано на студентов первого, второго и третьего сертификационных уровней владения языком. В пособии представлены методические материалы для учебной работы с девятью советскими и российскими фильмами. Каждый фильм, представленный в пособии, сопровождается методическим аппаратом, включающим три этапа: «готовимся к просмотру», «проверяем понимание», «обсуждаем» [Глебова и др. 2016: 4]. Поскольку некоторые фильмы, включенные в пособие, были созданы в прошлом столетии, важное значение имеют страноведческие и исторические комментарии преподавателя, который знакомит учащихся с русской культурой.

Кроме традиционных учебных пособий существуют также курсы по изучению русского как иностранного на основе видеоматериала, размещенные в свободном доступе в сети Интернет. Например, курс Э. Е. Пушкарчук «Уроки обучения РКИ на основе видеозаписей», выполненный в рамках магистерской диссертации «Аудиовизуальные средства обучения русскому языку как иностранному». Курс включает в себя десять уроков, основанных на художественном и документальном кино, рекламе, новостных выпусках и музыкальных видеоклипах. Каждый урок содержит в себе страноведческий комментарий, словарь новой лексики, видеоматериал, интерактивные мультимедийные задания, вопрос, требующий построения репродуктивного монологического высказывания, и вопрос, требующий построения продуктивного монологического высказывания. Особенность курса состоит в том, что он был создан на территории Беларуси, в связи с чем видеоматериалы и страноведческие комментарии затрагивают белорусские реалии и культуру, близкие, но не идентичные российским.

Современные пособия, на наш взгляд, должны включать в себя больше аутентичных материалов, что требует тщательного их отбора со стороны составителей, а также разработки соответствующих заданий.

Разработка авторской программы

В рамках настоящего исследования, во-первых, формулируются методические требования, принципы, цели и задачи рабочей программы и требования к отбору языкового материала для включения в процесс обучения; во-вторых, разрабатывается и обосновывается композиция типового урока, планируются все этапы урока.

В авторской рабочей программе соблюдены методические принципы коммуникативной направленности, моделирования типичной коммуникативной

ситуации, коммуникативной деятельности, интенсивной практики, поэтапности речевых умений и адекватности [Сенькова 2014: 169].

Тематический план предполагает обучение всем видам оценочных интенций в установленных стандартом сферах общения: выражению эмоциональной оценки в социально-культурной сфере общения посредством подготовленного продуктивного монолога; выражению морально-этической оценки в социально-культурной сфере общения посредством подготовленного продуктивного монолога; выражению интеллектуального отношения в социально-культурной сфере общения посредством спонтанного продуктивного монолога; выражению рациональной оценки в официально-деловой сфере общения посредством спонтанного продуктивного монолога; выражению социально-правовой оценки в официально-деловой сфере общения посредством спонтанного продуктивного монолога.

Для разработки концепции типового урока был подобран аутентичный видеоматериал «Я не прима: жизнь и амбиции артистов массовки в Большом театре» с Youtube-канала Onliner. Видеоматериал представляет собой три интервью с артистами кордебалета Большого театра и посвящен теме амбиций, успеха, отношения к своей профессиональной роли. При отборе аутентичного видеоматериала были учтены следующие аспекты: видеоматериал актуален для социально-культурной сферы общения; носит описательно-повествовательный характер; объем текста не превышает 250 слов; темп речи естественный (220–250 и выше слогов в минуту); содержание незнакомой лексики в тексте не превышает 10%; видеоматериал содержит актуальную лингвострановедческую информацию и образцы аутентичной русской разговорной речи; а также затрагивает круг тем, актуальных для студентов второго сертификационного уровня как личностей, наконец, при просмотре вызывает эмоциональный отклик студента. Таким образом, отобранный материал соответствует задаче обучения выражению эмоциональной оценки в социально-культурной сфере коммуникации.

Основными задачами авторской рабочей программы являются развитие навыка воспроизведения подготовленного монологического высказывания и навыков восприятия аутентичной русской речи, развитие навыка произведения неподготовленного монологического высказывания, освоение лексики, обеспечивающей общение в рамках тем социально-культурного характера, и освоение культурно-страноведческой информации.

Типовой урок состоит из шести блоков: организационного момента и подготовки к демонстрации материала, демонстрации материала, анализа результатов демонстрации материала, дебатов и подведения итогов урока. Композиция урока разработана в соответствии с рекомендациями, данными в статье О. Ф. Родина «Содержание и структура современного урока иностранного языка». Автором предлагается следующая структура урока: организационный момент, проверка выполнения домашнего задания, подготовка к активной учебной деятельности каждого ученика на основном этапе урока, сообщение нового материала, закрепление изученного материала, подведение итогов, сообщение домашнего задания [Родин 2021: 133]. В рамках исследования композиция была

доработана в соответствии с целями и задачами типового урока. Так, проверка домашнего задания и сообщение домашнего задания были исключены из композиции, а закрепление нового материала было заменено анализом полученного нового материала.

Организационный момент необходим для подготовки учеников к работе, включения в неродную языковую среду. На этом этапе преподаватель приветствует учащихся, задает неформальные вопросы, чтобы «переключить» учеников с родного языка на русский: «*Доброе утро! Как ваше настроение? Как вы провели выходные дни?*»

Во время подготовки к демонстрации видеоматериала важно сформулировать задачи демонстрации видеоматериала, первично ознакомить учащихся с новой лексикой и незнакомыми речевыми конструкциями. Преподаватель на этом этапе раздает текстовый материал, содержащий толкование новой лексики и речевых конструкций, обсуждает с учащимися проблемные аспекты материала, объясняет структуру задания и требования к выполнению. В разработанном уроке представлено, например, следующее толкование нового лексико-грамматического материала:

Большой театр – театр оперы и балета в Москве.

Этап демонстрации видеоматериала служит улучшению восприятия учащимися устной русской речи, вводит их в языковую среду, способствует закреплению изученных речевых конструкций и лексики. Перед демонстрацией преподаватель должен четко поставить коммуникативную задачу. Это даст учащимся мотивацию к просмотру материала, позволит им сосредоточиться на содержании. Задание было сформулировано следующим образом:

Задание №1. Внимательно посмотрите представленный видеоматериал. Запишите или запомните имена всех героев ролика и то, как они относятся к своей работе в кордебалете. Обратите внимание, с каким настроением герои рассказывают о своей работе.

Во время анализа результатов демонстрации происходит контроль восприятия учащимися видеоматериала, логический и эмоционально-психологический анализ полученной информации, выделение основной мысли видеоматериала, подготовка к дебатам. Преподаватель объясняет учащимся структуру заданий и требования к их выполнению, контролирует выполнение заданий, оценивает грамматическое и смысловое наполнение речи учащихся. Например, учащимся предлагается такое задание:

Задание №1. Объединитесь вместе с одноклассниками в три малые группы. Пусть каждая группа будет представлять одного из героев видео: Галину, Геннадия или Викторю. Внутри группы обсудите то, что вы услышали от вашего героя: как он относится к своей роли в балете; стремится ли стать солистом; сколько лет он работает в театре; любит ли он свою работу? Устно составьте небольшой текст (5–6 предложений), описывающий вашего героя, и расскажите другим группам и преподавателю.

Во время дебатов ученики должны сформулировать и аргументировать собственную точку зрения о проблемном вопросе, выслушать аргументацию оппонентов и привести контраргументы. Дебаты помогут учащимся преодолеть

эмоционально-психологический барьер при продуцировании монологической речи, способствуют развитию ораторского навыка, приобретению уверенности в коммуникации на русском языке. Преподаватель на этом этапе оценивает грамматическое и смысловое наполнение речи учеников, контролирует и регулирует ход дебатов.

Во время финального блока урока учитель должен проанализировать работу учащихся, задать контрольные вопросы, чтобы выявить степень усвоения материала, и дать персональную оценку каждому ученику.

Выводы

Обучение по авторской программе является доступным и может быть реализовано в условиях минимальной технической оснащенности учебного помещения. В рамках программы особое внимание уделяется обучению продуцированию монологов с содержанием оценочных интенций. Обучение проходит в рамках коммуникативной игры, что делает его процесс увлекательным, стимулирует активное включение всех студентов в работу, позволяет студентам приобрести уверенность в коммуникации на русском языке.

В будущем авторская рабочая программа может быть дополнена приемами обучения контактоустанавливающим, регулирующим и информативным интенциям, а также возможна реализация программ по обучению устной монологической речи для других уровней владения русским языком как иностранным.

Список источников

Я не прима: жизнь и амбиции артистов массовки в Большом театре [видеозапись] // YouTube. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=IM2GrXeNbfU> (Дата обращения: 16.11.2023).

Список литературы

Большая российская энциклопедия: [в 35 т.] / гл. ред. С. Л. Кравец. М.: Большая российская энциклопедия, 2004—2017. URL: <https://bigenc.ru/> (Дата обращения: 02.07.2022).

Глебова Н. Н., Орехова И. А. О русских фильмах по-русски. Пособие по развитию речи. М.: Русский язык. Курсы, 2016. 176 с.

Гриднева Н. А., Владимирова С. М. Использование аутентичных видеоматериалов на начальном этапе обучения русскому как иностранному (РКИ) // Вестник Самарского государственного технического университета. Серия: Психолого-педагогические науки. 2018. №3 (39). С. 36-48.

Государственный образовательный стандарт по русскому языку как иностранному. Третий уровень. Общее владение / Т. А. Иванова и др. М.; СПб: «Златоуст», 1999. 44 с.

Евтушенко С. Я. Читаем, рассуждаем, говорим: учебное пособие для иностранных студентов. М.: Ай Пи Ар Медиа, 2021. 131 с.

Жаркова Е. Х. и др. Разговоры по душам. Учебное пособие для изучающих русский язык. Продвинутый этап / Е. Х. Жаркова, Н. В. Кутукова, Л. Н. Ольхова. СПб: Златоуст, 2019. 88 с.

Коврижкина Д. Г. Выражаем свои эмоции по-русски: пособие для иностранных учащихся. СПб.: Златоуст, 2019. 348 с.

ЛЭС – Лингвистический энциклопедический словарь / гл. ред. В. Н. Ярцева. 2-е изд., доп. Москва: Большая Российская энциклопедия, 2002.

Пушкарчук Э. Е. Аудиовизуальные средства обучения русскому языку как иностранному. Минск: БГУ: 2017. [Электронный ресурс]. URL: <https://elib.bsu.by/handle/123456789/178235?mode=full>. (Дата обращения: 23.08.2023).

Родин О. Ф. Содержание и структура современного урока иностранного языка // Проблемы современного педагогического образования. 2021. №70-3. С. 130-133.

Сенькова Т. А. Методика формирования речевых навыков и основные принципы обучения говорению на иностранном языке // Труды БГТУ. Серия 6: История, философия. 2014. №5. С. 196-198.

E. V. Korepanova

Student of Philological Faculty

Perm State University

DEVELOPMENT OF MONOLOGICAL SPEECH SKILLS IN RUSSIAN BASED ON AUTHENTIC VIDEO MATERIAL

This study examines the existing manuals and electronic resources for teaching oral monologue in Russian, including using various video materials. An author's work program has been developed for teaching oral monologue speech in Russian based on authentic video material, as well as the composition of a typical lesson. The criteria for selecting authentic video materials for the lessons of Russian as a foreign language were also considered.

Key words: teaching methodology; authentic video material; Russian as a foreign language; communicative competence; monologue speech.

Анна Давидовна Чантуридзе
студент направления теории
и методики преподавания иностранного языка
Институт профессионального образования
amino2016@yandex.ru

ПСИХОЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ И МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ АНГЛИЙСКОМУ ЯЗЫКУ УЧАЩИХСЯ С ДИСГРАФИЕЙ

Статья посвящена вопросу поиска и применения эффективных методов обучения учащихся с дисграфией. Изложены основные подходы к работе с дисграфией, призванные минимизировать число графических и оптических ошибок. В качестве примера рассмотрена динамика обучения ребенка с дисграфией: до начала работы и после, с опорой на методы коррекции нарушения. Продемонстрированы упражнения, взятые за основу в рамках конкретных методик.

Ключевые слова: дисграфия; психолингвистика; графема; фонема; артикулема; кинестетика; психомоторное развитие.

Введение

Преподавателю английского языка необходимо находить эффективный метод взаимодействия с обучающимися. В условиях инклюзивного образования важно грамотно применять как базовые техники преподавания, так и подходы, ориентированные на людей с дисграфией, чтобы результативно обучать любую аудиторию. Учащийся с дисграфией может заменять похожие по начертанию буквы аналогами, объединять предлоги и слова в единую конструкцию, зачастую прослеживаются существенные трудности с запоминанием, особенно правил и иностранных слов, поэтому крайне важно сформулировать перечень методов работы с данным нарушением.

Проблемами результативного обучения людей с дисграфией занимаются как российские, так и зарубежные специалисты, в силу того, что тематика данного вопроса соответствует вызовам времени. И. Н. Садовникова определила дисграфию как «частичное расстройство процессов письма, основным симптомом является наличие стойких специфических ошибок» [Садовникова 1995: 12].

В свою очередь А. Н. Корнев полагает, что дисграфия является «стойкой неспособностью овладеть навыками письма по правилам графики несмотря на достаточный уровень интеллектуального и речевого развития и отсутствие грубых нарушений зрения и слуха» [Корнев 1997: 7]. Р. Дейвис полагает, что дисграфия – это «форма дислексии, при которой основные трудности связаны с письмом» [Davis 2010: 17]. Как показывает тридцатилетняя профессиональная практика Р. Дейвиса, любой случай нарушений подобного рода нуждается в корректировке и поддается ей.

Коррекция дисграфии: эффективные методы и динамика

В рамках настоящего исследования была проведена работа по коррекции дисграфии у школьника младших классов. В январе 2022 г. ребенок, обучающийся в третьем классе, не имел представления о принципиальных различиях английских звуков и букв. В письменной речи были распространены однотипные ошибки: зеркальное написание букв (т.е. учащийся не усваивал направление элементов речи, например, не различал буквы «b» и «d», писал их в противоположные стороны). Неправильные звуковые ассоциации приводили к выбору буквы, не соответствующей звуку. Ребенок не умел писать по-английски, были выявлены значительные проблемы с запоминанием, что еще больше усложняло процесс усвоения информации. В устной форме, в среднем, ребенок запоминал 3-4 буквы из алфавита в час, писал крайне медленно, опираясь на печатный алфавит. Также, ориентируясь на распечатанный алфавит, где были представлены слова, иллюстрирующие английские буквы, учащийся запоминал около 3 данных слов в устной форме, соответственно.

С января 2022 г. мы начали проводить занятия с ребенком 2 раза в неделю. Во-первых, было решено изучить буквы английского алфавита и только после освоения букв переходить к рассмотрению звуков и слов. Во-вторых, стояла задача идентифицировать фонемы. Под фонемой мы подразумеваем единицу звукового строя, которая необходима для распознавания значимых единиц – морфем. Н. И. Нагайцева и Т. А. Снегурова полагают, что фонема – это «кратчайшая звуковая единица, которая служит для различения звуковой оболочки слова в одной из ее форм» [Нагайцева, Снегурова 2013: 13]. В-третьих, было необходимо грамотно поставить ребенку *артикулему*. Артикулема является единицей речи, представляющей собой моторную схему произнесения звуков, «комплекс речедвижений» [Глухов 2005: 165]. Проблемы артикуляционного характера могут возникать, когда учащийся должным образом не использует речевой аппарат при произнесении слов, и если у человека плохая дикция; кроме того, причина может быть заложена в неправильном переводе фонемы в артикулему. В-четвертых, было важно сформировать представление о *графеме*, т.е. визуализации буквы и, на основе нее, вывести кинему. Термин *кинема* был впервые введен антропологом Р. Бердвистелом, который рассматривал кинемы как «комплексы мельчайших, далее неделимых, наименее заметных движений» [Birdwhistell 1970: 12]. Данный алгоритм действий в дальнейшем подтвердил тот факт, что навыки письма у учащегося с дисграфией страдали из-за нарушения восприятия звуков.

Обучение включало в себя регулярную артикуляционную гимнастику. Работая над правильным извлечением звуков, ребенок параллельно изучал буквы английского алфавита, опираясь на артикуляционную отработку, поскольку верная артикуляция играет ключевую роль в правильной постановке звуков. Такие техники целенаправленно разработаны специалистами по логопедии для тренировки органов артикуляции, таких как: язык, губы, нижняя челюсть, т.е. упражнения подобного рода ориентированы на органы, «необходимые для правильного звукопроизношения» [Нищева 2002: 4].

В дальнейшем использованный спектр упражнений выполнялся с целью развития мышц речевого аппарата и отработки правильного выполнения движений, в зависимости от изучаемых звуков.

Изначально занятия велись по стандартным методикам, которые чаще всего применялись в школах. Под стандартными мы подразумеваем фундаментальную (Н. А. Бонк), а также лингвосоциокультурную (С. Г. Тер-Минасова) методики. В течение первого месяца педагогические усилия практически не имели результата. Вследствие чего был пересмотрен подход к работе с ребенком. Принимая во внимание тот факт, что у учащегося есть определенные трудности с запоминанием информации, было решено обратиться к методике Р. Дейвиса. Его методика является мультисенсорной, то есть направлена на то, чтобы ребенок научился воспринимать информацию несколькими органами чувств одновременно. Суть методики заключается в том, чтобы учащийся вылепливал из пластилина алфавит (отдельные буквы), языковые знаки (слова) и различные объекты, которые предстоит запомнить, а также создавал устойчивые ассоциации: для букв, а также для слов, как весьма конкретных, так и абстрактных, с которыми у обучающегося нет точно сформированного образа-ассоциации. Если данная взаимосвязь (слово – образ) отсутствует, буква или слово не будет выучено должным образом или ребенок может его забыть. Методика предполагает возможность использования не только пластилина, но также глины и кинетического песка. Однако стоит учитывать, что пластичность материала, возможность держать форму и наличие разных цветов прямым образом отражаются на результатах работы. Кроме того, в процессе обучения было важно выстроить не только тактильный образ буквы, но и аудиальный образ звука. Каждый звук проговаривался много раз за урок, поскольку учащийся регулярно забывал произнесенную информацию, и ему требовалось дополнительное время, чтобы придумать звуковую ассоциацию и закрепить ее через регулярное повторение. В методике Р. Дейвиса акцент был сделан также на применении в лепке разных цветов: благодаря цветовым ассоциациям ребенку было легче запоминать, поскольку в комбинации с озвученными вариантами букв в сознании возникал необходимый цвет.

Т. В. Ахутина и Н. М. Пылаева считают, что эффективное обучение учащегося с дисграфией строится на его эмоциональном вовлечении [Ахутина, Пылаева 2004: 21]. Согласно методике Т. В. Ахутиной и Н. М. Пылаевой, программирование является ключевым моментом в обучении, поскольку оно нацелено на «формирование способности создавать программу (план) действий, регулировать и контролировать его выполнение» [Пылаева, Ахутина 2004: 3]. Исследователи разработали методику «Школа внимания». Данная методика включает спектр упражнений, который ориентирован на развитие детского потенциала по планированию собственных действий и осуществлению контроля над ними. Необходимо привести в пример одно из возможных упражнений – «Цифры в окошках». Изначально метод был ориентирован на работу с цифрами, однако также подходит и для освоения букв, если их изучать небольшими блоками. Целью данного упражнения является дополнение информации до целого в соответствии с программой. Ребенку следует проанализировать верхние ячейки,

напоминающие своей формой окна, определить, каких цифр (букв) в данных ячейках не хватает, назвать буквы, затем озвучить их в правильной последовательности и самостоятельно заполнить нижнюю таблицу с ячейками, с приведенными и недостающими буквами. Если целью упражнения является освоение нового слова, то в приведенных ячейках требуется восстановить правильную последовательность букв конкретного слова. В процессе обучения буквы алфавита были объединены в небольшие группы, чтобы ребенок смог наиболее эффективно работать с данным упражнением.

Кроме того, поскольку было необходимо ориентировать обучение на интерактивное взаимодействие, включающее тактильную и ассоциативную работу, процесс запоминания букв сопровождался следующими техниками:

- складывание графических начертаний букв из мелко нарезанных палочек;
- зарисовка букв и создание сюжета, как средства ассоциативного воздействия;
- исправление ошибок в напечатанных буквах с заведомо допущенными ошибками (зеркальное написание, начертание лишнего символа и т.д.);
- медленное, затем ускоренное чтение обратных и открытых слогов [Воронина 2023: 50].

После того как с помощью методик, изложенных выше, учащийся успешно освоил все буквы английского алфавита и звуки, которые соответствуют этим буквам, было решено начать работу, связанную с чтением. Поскольку ребенку требовалось больше времени на изучение всего материала, чем учащимся без дисграфии, обучение чтению было построено по методу «Phonics», авторами которой являются британские преподаватели С. Ллойд и С. Вернем. Суть методики заключается в том, что учащемуся предлагается ряд букв, который ориентирован на отработку определенной позиции гласной [Lloyd, Wernham 2000: 5]. Например, в словах *bat, cat, rat, fat, flat*. Эти слова были подобраны с целью отработки специфического для русского языка звука [æ]. Ученику предлагается ряд слов с аналогичным гласным звуком, сначала слова читает преподаватель, учащийся повторяет за ним. Затем данный ряд предлагается озвучить самому ребенку, но уже без помощи преподавателя. Благодаря данному методу ребенок способен научиться соотносить фонемы и буквы между собой.

Также было решено сформировать первичное представление учащегося о чтении, поэтому в процессе обучения происходило освоение новых слов (с помощью методики Р. Дейвиса) и звуков в разных позициях. Такой выбор позволил сделать занятия более разнообразными. Для изучения ребенку были предложены два слова: *sheep* и *ship*. В первом случае был представлен долгий звук [i:], далее было необходимо провести с ребенком работу по созданию устойчивой ассоциации. Данный звук был ассоциирован с чем-то долгим и невесомым, например, с полетом во сне. Далее, после того как ребенок согласился с данной ассоциацией, была введена новая – овца (*sheep*). Овцу обычно ассоциируют с мечтами во сне, полетом, поскольку данных животных принято считать перед сном. Далее, обучающийся выбрал цвет-ассоциацию с созданным образом. В данном случае было решено взять розовый, поскольку у ребенка возник устойчивый образ. Затем была вылеплена «летающая» овца и, из такого же цвета

пластилина, само слово – «sheep». Для закрепления информации ребенок регулярно проговаривал слово и вспоминал ассоциации. Изученное слово было записано в тетрадь, таким же розовым цветом. Что касается слова «ship» (корабль), с ним также была проведена аналогичная работа. Данное слово содержит короткий звук, благодаря чему удалось вывести ассоциацию с резким и острым предметом. Например, с носом корабля. После того, как ребенок справился с заданием, мы сравнили два изученных слова и подытожили результаты. С помощью данного способа были освоены еще некоторые слова.

После того, как необходимые слова были изучены, ребенку было предложено задание разделить ряд букв, написанный слитно, на отдельные слова. Учащемуся была дана «змейка», в которой находились буквы. Интервалов между данными буквами не было, они были написаны на одинаковом расстоянии друг от друга. Подобные упражнения были самыми сложными для ребенка, однако, хоть и при помощи преподавателя, с заданием ученик справился. При этом до начала занятий ребенок не идентифицировал не только английские слова, но и буквы.

Выводы

Спустя 7 месяцев занятий (без учета пропущенных уроков и перерыва на каникулы) ребенок развил свой артикуляционный потенциал, речь стала более четкой, упражнения по артикуляционной гимнастике и подробная проработка звуков способствовали усвоению верных движений речевого аппарата. Ребенком был полностью освоен алфавит. Если раньше учащийся не понимал, где находятся буквы, какие звуки им соответствуют, не мог выучить новые слова, то после занятий ребенок усвоил не только все буквы алфавита, изучил некоторые комбинации букв и характерные им звуки, а также освоил некоторые новые слова, начал воспринимать знакомую информацию на слух и в письменном виде. Ребенок стал переписывать слова без опоры на алфавит и изученные листки, по памяти, принимая во внимание услышанную речь. К ноябрю 2023 г. с помощью вышеизложенных методик учащийся научился читать базовые слова и предложения. Поскольку у ребенка отмечались существенные трудности с запоминанием, стоит отметить, что данные методики положительным образом сказались на результате работы. Ключевую роль сыграло применение методики Р. Дейвиса, поскольку именно она ориентирована на тактильное и ассоциативное запоминание. В целом, использование методик Л. Ллойд, С. Вернем, Т. В. Ахутиной, Н. М. Пылаевой, а также Р. Дейвиса подтвердило эффективность учебного процесса в рамках применения описанных выше техник и помогло развить новые грани восприятия ребенка.

Список литературы

Ахутина Т. В., Пылаева Н. М. Школа внимания. Методика развития и коррекции внимания у детей 5–7 лет: Методическое пособие. М.: Теревинф, 2004. 47 с.

Бонк Н. А. Учебник английского языка: в 2 ч. Ч. 2. Переизд. Москва: Де-конт+ : ГИС, 2006, 2005, 2007, 2008. 511 с.

Воронина Т. П. Дисграфия или почему ребенок плохо пишет? М.: Феникс, 2023. 95 с.

Глухов В. П. Основы психолингвистики: Учебное пособие для студентов педвузов М.: АСТ: Астрель. 2005. 352 с.

Корнев А. Н. Нарушения чтения и письма у детей: Учебно-методическое пособие. СПб.: МиМ, 1997. 286 с.

Нищева Н. В. Будем говорить правильно. Дидактический материал для коррекции нарушений звукопроизношения. СПб.: ДЕТСТВО-ПРЕСС, 2002. 112 с.

Нагайцева Н. И., Снегурова Т. А. Фонетика и фонология: Конспект лекций для иностранцев. Нац. техн. ун-т «Харьков. политехн. ин-т». Харьков: НТУ "ХПИ", 2013. 176 с.

Садовникова И. Н. Нарушения письменной речи у младших школьников. М.: Гуманитар. изд. центр «ВЛАДОС», 1997. 255 с.

Тер-Минасова С. Г. Язык и межкультурная коммуникация. М.: Слово, 2000. 624 с.

Birdwhistell R. L. Kinesics and context: Essays on body-motion communication. Philadelphia: Univ. of Pennsylvania Press, 1970. 12 p.

Davis R. Gift of Dyslexia: Why Some of the Brightest People Can't Read and How They Can Learn. Chicago: Souvenir Press Ltd, 2010. 304 p.

Lloyd S. M., Wernham S. Jolly Phonics word book. UK: jolly learning Ltd, 2000. 48 p.

A. D. Chanturidze

Student of the theory and methodology of teaching a foreign language
Institute of Vocational Education

PSYCHOLINGUISTIC FEATURES AND METHODS OF TEACHING ENGLISH TO STUDENTS WITH DYGRAPHY

The article is devoted to the issue of finding and applying effective methods of teaching students with dysgraphia. The main interpretations to working with dysgraphia are formulated to minimize the number of graphic and optical errors. As an example, the dynamics of teaching a child with dysgraphia is considered: before the start of work and after, based on methods for correcting the violation. The exercises taken as a basis within the framework of a specific methodology are demonstrated.

Key words: dysgraphia; psycholinguistics; grapheme; phoneme; articulum; kinesthetics; psychomotor development.

СОДЕРЖАНИЕ

СОВРЕМЕННОЕ КОММУНИКАТИВНОЕ ПРОСТРАНСТВО

Воробьева Е. С. Специфика восприятия текста, написанного человеком и нейросетью	3
Громова В. С. Основные российские платформы для коммуникации фикрайтеров: структура сайтов как способ формирования сообщества	8
Ильина М. М. Способы взаимодействия с аудиторией в Telegram-каналах пермских СМИ	16
Остроухов М. С. Рецепция 1990-х гг. в современной молодёжной культуре (на примере трендов в TikTok)	22

ИССЛЕДОВАНИЯ В ОБЛАСТИ ЖУРНАЛИСТИКИ

Бочкарева М. Ю. Историческое кино в профессиональных и пользовательских рецензиях: проблематика и характер оценки	28
Козеева А. В. Конструирование образа территории в трэвел-публикациях локальных СМИ (на примере пермского городского портала 59.ru)	35
Плотникова Ю. Е. Технологии иммерсивной журналистики в культурном воспроизводстве	40

ИССЛЕДОВАНИЯ В ОБЛАСТИ РЕКЛАМЫ И PR

Кокорина С. А. Речевая манипуляция в коммерческой рекламе (на материале рекламных сайтов жилых комплексов г. Перми)	47
Лифанов Н. Р. Репутационные риски высших учебных заведений (на примере ПГНИУ)	53
Скороходова А. С. Речевая реализация имиджевой стратегии в рекламе компании «ЛУКОЙЛ»	60
Яникиева Е. И. Речевой образ преподавателя в интернет-рекламе онлайн-курсов по подготовке к ЕГЭ: динамический аспект	66
Яо Бо. Ключевые ценности китайской социальной рекламы	71

ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Афиногенов М. К. Анализ словообразовательного гнезда понятия «magyar» и его семантического ореола	78
Волощенко Е. Д. Венгерский язык: современное состояние и методы, применяемые защитниками «чистоты» языка	85
Еремеева К. А. Проблема соотношения лексикографического и психолингвистического значений слова «Искусство»	92
Катарская Е.О. Пропозициональная характеристика названий англоязычных художественных произведений	96
Раввина Ю. С. Глагольные перифразы в креольском языке Макао: к вопросу о влиянии языка-источника на грамматику креольского языка	101
Радион Д.В. Семантические особенности предложений с глаголами речемыслительной деятельности узкой семантики	109
Синявская А. С. Вариативность значений английских и русских параметрических глаголов	113
Шутемова П. И. Ассоциативно-вербальное поле «Молодость» (по данным эксперимента с российскими и китайскими студентами)	118

СТИЛИСТИКА. ДИСКУРС. ТЕКСТ

Баранова А. А. Реализация семантико-синтаксического потенциала причастий английского языка в газетных и художественных текстах	127
Виноградова Ю. Н. Риторические особенности видеопоздравления как жанра политической речи	132
Габрийчук Д. А. Лингвостилистические особенности эпитета на примере сказки Дж. Роулинг «Колдун и Прыгливый горшок»	139
Добрецова С. С. Метафора как способ художественного отражения действительности (на материале романа А.В. Иванова «Географ глобус пропил»)	145
Лисовская К. В. Сослагательное наклонение как составляющая иллокутивной силы речевого акта в английском языке	150
Малахов Р. С. Синтаксические манипулятивные средства на примере англоязычных и русскоязычных публикаций в социальных сетях	156
Овчинникова С. А. Форматные и речевые особенности цифровых продуктов органов исполнительной власти	162
Старцева Е. Р. Речевой жанр вебинара и его субжанровые разновидности	170

ЛИТЕРАТУРА В КОНТЕКСТЕ КУЛЬТУРЫ

Калимуллина У. Н. Фантастика о «затерянных мирах»: особенности повествования	176
Кристель Д. К. Образы детей в романе Ф. М. Достоевского «Преступление и наказание»	184
Кулагина Э. С. Коровьев-Фагот и чёрт из кошмара Ивана Фёдоровича: об одном из потенциальных претекстов романа М. А. Булгакова «Мастер и Маргарита»	191
Мысовских Л.О. Развитие экзистенциальной парадигмы художественного сознания в лирике М. Ю. Лермонтова 1836–1839 годов	197
Сунаргулова Э. Р. Тема безумия в повести Ф. М. Достоевского «Двойник»	203
Пономарева В. Е. Образ реки в романе Чи Цзыцзянь «Дым клубится над огнем»	210

ФОЛЬКЛОРИСТИКА. ЭТНОЛИНГВИСТИКА. ЭТНОГРАФИЯ

Борисова Е. О. Лексика огранки камня в аспекте ее происхождения	215
Ерыкалов С. И. Специфика рыболовного календаря в севернорусской деревне	220
Русских А. С. Гнездо <i>нар-</i> в русских народных говорах: этимологический и этнолингвистический аспекты	229

МЕТОДИКА ПРЕПОДАВАНИЯ ФИЛОЛОГИЧЕСКИХ ДИСЦИПЛИН

Корепанова Е. В. Развитие навыков монологической речи на русском языке с опорой на аутентичный видеоматериал	236
Чантуридзе А. Д. Психолингвистические особенности и методы обучения английскому языку учащихся с дисграфией	243

Научное издание

Проблемы филологии глазами молодых исследователей

Сборник материалов международной конференции
студентов, аспирантов и молодых ученых
«Филология в XXI веке»

(г. Пермь, 19–20 мая 2023 г.)

Издается в авторской редакции
Компьютерная верстка:
А. Ю. Бурлака, А. Герцен, К. А. Еремеева, Д. А. Сухоева

Подписано к использованию 20.12.2023
Объем данных 4,56 Мб

Размещено в открытом доступе
на сайте www.psu.ru
в разделе НАУКА / Электронные публикации
и в электронной мультимедийной библиотеке ELiS

Управление издательской деятельности
Пермского государственного
национального исследовательского университета.
614068, г. Пермь, ул. Букирева, 15