

ISSN 2079-6021 (Print)

ISSN 2619-029X (Online)



АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ФИЛОЛОГИИ И ПЕДАГОГИЧЕСКОЙ ЛИНГВИСТИКИ

CURRENT ISSUES IN PHILOLOGY AND PEDAGOGICAL LINGUISTICS

№2 2025

**ВЛАДИКАВКАЗ
VLADIKAVKAZ**

ISSN 2079-6021 (Print)
ISSN 2619-029X (Online)



АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ФИЛОЛОГИИ И ПЕДАГОГИЧЕСКОЙ ЛИНГВИСТИКИ

№2 2025

Научный журнал

<https://doi.org/10.29025/2079-6021-2025-2>
<http://philjournal.ru>

Тематический выпуск

ФЕНОМЕН ЛИНГВОКРЕАТИВНОСТИ В ДИСКУРСИВНЫХ ПРАКТИКАХ

Выпускающий редактор

доктор филологических наук, профессор
Тимур Беньюминович Радбиль

Зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор). Свидетельство о регистрации СМИ ПИ № ФС 77-75316 от 15.03.2019 г.
Издание имеет регистрацию в международном центре стандартной нумерации сериальных изданий (International Standart Serial Numbering – ISSN 2079-6021 от 10.05.2010 г.)

Зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор). Свидетельство о регистрации СМИ Эл ФС 77-72568 от 04.04.2018 г.
Издание имеет регистрацию в международном центре стандартной нумерации сериальных изданий (International Standart Serial Numbering – ISSN 2619-029X от 31.05.2018 г.)

Основан в 2000 году

Учредитель: ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «СЕВЕРО-ОСЕТИНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ КОСТА ЛЕВАНОВИЧА ХЕТАГУРОВА»

Главный редактор

Тамерьян Татьяна Юльевна,
доктор филологических наук,
профессор
(Владикавказ, Российская Федерация)
E-mail: tamertu@mail.ru

Заместитель главного редактора

Воркачев Сергей Григорьевич,
доктор филологических наук,
профессор
(Краснодар, Российская Федерация)
E-mail: svork@mail.ru

Ответственный секретарь

Кусаева Елена Эльбрусовна,
кандидат филологических наук,
специалист отдела внешних связей
(Владикавказ, Российская Федерация)
E-mail: lena_kusaeva@mail.ru

ISSN 2079-6021 (Print) ISSN 2619-029X (Online)

© ФГБОУ ВО «Северо-Осетинский государственный университет им. К.Л. Хетагурова», 2025.

Члены редакционной коллегии

Абрамовских Елена Валерьевна, доктор филологических наук, профессор (Самара, Российская Федерация).

Алимурадов Олег Алимурадович, доктор филологических наук, профессор (Пятигорск, Российская Федерация).

Бирюкова Евгения Викторовна, доктор филологических наук, профессор (Москва, Российская Федерация).

Бредихин Сергей Николаевич, доктор филологических наук, профессор (Ставрополь, Российская Федерация).

Будаев Эдуард Владимирович, доктор филологических наук, профессор (Екатеринбург, Российская Федерация).

Викулова Лариса Георгиевна, доктор филологических наук, профессор (Москва, Российская Федерация).

Горожанов Алексей Иванович, доктор филологических наук, профессор (Москва, Российская Федерация).

Гусман Тирадо, Рафаэль, доктор филологических наук, профессор (Гранада, Испания).

Дзюба Елена Вячеславовна, доктор филологических наук, профессор (Санкт-Петербург, Российская Федерация).

Иванова Ирина Николаевна, доктор филологических наук, профессор (Ставрополь, Российская Федерация).

Кислицына Наталья Николаевна, доктор филологических наук, доцент (Симферополь, Российская Федерация).

Кравченко Александр Владимирович, доктор филологических наук, профессор (Иркутск, Российская Федерация).

Кузнецова Анна Владимировна, доктор филологических наук, профессор (Ростов-на-Дону, Российская Федерация).

Меликян Вадим Юрьевич, доктор филологических наук, профессор (Ростов-на-Дону, Российская Федерация).

Меркулова Майя Геннадьевна, доктор филологических наук, профессор (Москва, Российская Федерация).

Молнар Ангелика, Assoc. Prof. Dr. habil. (Дебрецен, Венгрия).

Радбиль Тимур Беньюминович, доктор филологических наук, профессор (Нижний Новгород, Российская Федерация).

Семьян Татьяна Федоровна, доктор филологических наук, профессор (Челябинск, Российская Федерация).

Сенько Елена Викторовна, доктор филологических наук, профессор (Владикавказ, Российская Федерация).

Теркулов Вячеслав Исаевич, доктор филологических наук, профессор (Донецк, Российская Федерация).

Томеллери, Витторио Спрингфилд, Prof. Dr. habil. (Турин, Италия).

У Яньцю, кандидат исторических наук (Шаосин, Китайская Народная Республика).

Холиков Алексей Александрович, доктор филологических наук, профессор (Москва, Российская Федерация).

Черняк Мария Александровна, доктор филологических наук, профессор (Санкт-Петербург, Российская Федерация).

Чудинов Анатолий Прокопьевич, доктор филологических наук, профессор (Екатеринбург, Российская Федерация).

Шевченко Вячеслав Дмитриевич, PhD (Кошице, Словацкая Республика), доктор филологических наук, доцент (Самара, Российская Федерация).

Штулайтерова Алена, Prof. PhD, (Банска Быстрица, Словацкая Республика).

Члены редакционного совета

Желтухина Марина Ростиславовна, доктор филологических наук, профессор (Пятигорск, Российская Федерация).

Илсон Роберт Фредерик, PhD, профессор (Лондон, Великобритания).

Ирисханова Ольга Камалудиновна, доктор филологических наук, профессор (Москва, Российская Федерация).

Киклевич Александр Константинович, доктор филологических наук, профессор (Ольштын, Республика Польша).

Король Андрей Дмитриевич, доктор педагогических наук, профессор (Минск, Республика Беларусь).

Коули Стивен Джеррард, Prof. PhD, профессор, Южно-Датский Университет (Оденсе, Дания).

Леонтович Ольга Аркадьевна, доктор филологических наук, профессор (Волгоград, Российская Федерация).

Слышкин Геннадий Геннадьевич, доктор филологических наук, профессор (Москва, Российская Федерация).

Ченки Алан Джозеф, Prof. PhD (Амстердам, Нидерланды; Москва, Российская Федерация).

Шаклеин Виктор Михайлович, доктор филологических наук, профессор (Москва, Российская Федерация).

АПФ&ПЛ

основан в 2000 г.

**АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ
ФИЛОЛОГИИ
И ПЕДАГОГИЧЕСКОЙ
ЛИНГВИСТИКИ**
Научный журнал

ISSN: 2079-6021 (Print) ISSN: 2619-029X (Online)

4 выпуска в год

Языки: русский, английский, немецкий.

Входит в перечень рецензируемых научных изданий ВАК РФ.

Журнал зарегистрирован в Международном реестре CrossRef.

Журнал включен в каталог периодических изданий Ulrich's Periodicals Directory, ROAD (Directory of Open Access Scholarly Resources), WorldCat.

Материалы журнала размещаются на платформе РИНЦ Российской научной электронной библиотеки, Научной электронной библиотеки eLibrary.ru (НЭБ), Electronic Journal Library Cyberleninka, Российской государственной библиотеки, ORES, The British Library.

Журнал индексируется в Российском индексе научного цитирования, DOAJ, Academic Resource Index Research Bib, Google Scholar, Scilit, BASE, EBSCO, Open Access Asia.

Website: <http://philjournal.ru>.

Электронный адрес: philproblem@mail.ru.

Цели и тематика

Журнал «Актualityные проблемы филологии и педагогической лингвистики» издается с 2000 г. и является периодически рецензируемым научным изданием, входит в список журналов ВАК РФ. Журнал является международным как по составу редакционной коллегии, так и по тематике и авторам публикаций.

Цель журнала – предоставить возможность научному сообществу в нашей стране и за рубежом представить результаты своих оригинальных исследований в активно разрабатываемых гуманитарных областях современной науки, интегрирующей филологическое знание, привлечь внимание к перспективным и актуальным направлениям филологической науки и методологии

Задачи журнала:

- способствовать научному обмену и сотрудничеству между российскими и зарубежными филологами, а также специалистами смежных областей;
- представлять результаты научных исследований и конструктивные идеи развития филологических наук, а также инновационных методов их преподавания, актуальных для российского и международного научного сообщества;
- знакомить читателей с новейшими направлениями и теориями в области филологических исследований, разрабатываемых как в России, странах СНГ, так и в дальнем зарубежье, и их практическим применением;
- публиковать результаты оригинальных научных исследований по широкому кругу актуальных филологических проблем междисциплинарного характера, раскрывающих взаимодействие языка, культуры, сознания и коммуникации.

Журнал публикует статьи, отражающие новейшие научные взгляды, значимые результаты и достижения фундаментальных, теоретико-прикладных и междисциплинарных исследований в области филологических наук: теории языка, сопоставительной лингвистики, лингвокультурологии и психолингвистики, социолингвистики, когнитивной и коммуникативной лингвистики, лингвистики текста, дискурсологии, медиалингвистики, политической лингвистики, литературоведения (теории и истории литературы, поэтики), лингвометодики и лингводидактики.

Основные рубрики журнала: лингвотеретические исследования, коммуникативные и дискурсивные исследования, концептологические и лингвокультурологические исследования, семантико-грамматические лингвокогнитивные исследования, исследования лингвистики текста, литературоведческие исследования, методологические основы преподавания филологических дисциплин.

Правила оформления статей и другая информация о журнале размещена на сайте: Руководство для авторов (philjournal.ru).

Каждая статья рецензируется анонимно двумя экспертами. Редакционная коллегия принимает решение о публикации с учетом мнения рецензентов.

Перечень отраслей науки и групп специальностей научных работников в соответствии с номенклатурой ВАК РФ (Филологические науки): 5.9.1. – Русская литература и литература народов Российской Федерации; 5.9.3. – Теория литературы; 5.9.5. – Русский язык. Языки народов России; 5.9.6. – Языки народов зарубежных стран (Германские языки); 5.9.8. – Теоретическая, прикладная и сравнительно-сопоставительная лингвистика.

Журнал строго придерживается международных стандартов публикационной этики, сформулированных в документе *COPE (Committee on Publication Ethics)* Этические принципы журнала (philjournal.ru).

Правила оформления статей, архив и дополнительная информация размещены на сайте: <http://philjournal.ru/>. Электронный адрес: philproblem@mail.ru.

Научное издание

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ФИЛОЛОГИИ И ПЕДАГОГИЧЕСКОЙ ЛИНГВИСТИКИ

№ 2

2025

СМИ зарегистрировано Федеральной службой по надзору в сфере связи,
информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор)

Свидетельство о регистрации средства массовой информации
ПИ № ФС 77-75316 от 15.03.2019 г.

Литературный редактор **Л. Х. Тургиева**

Компьютерная верстка **Е. В. Осипова**

Дата выхода в свет 25.06.2025. Подписано в печать 25.06.2025.

Формат бумаги 60x84 ¹/₈

Бум. офс. Гарнитура шрифта «Times». Печать на ризографе.

Усл. п.л. 24,18. Уч.-изд. л. 25,22.

Тираж 100 экз. Заказ № 9. Свободная цена.

Адрес издателя и редакции: ФГБОУ ВО «СОГУ»,
362025, Республика Северная Осетия-Алания, г. Владикавказ, ул. Ватутина, 44-46.

Отпечатано в издательско-полиграфическом центре ФГБОУ ВО «СОГУ»,
362025, Республика Северная Осетия-Алания, г. Владикавказ, ул. Ватутина, 44-46.

ISSN 2079-6021 (Print)
ISSN 2619-029X (Online)

CURRENT ISSUES IN PHILOLOGY AND PEDAGOGICAL LINGUISTICS

№2 2025

Scientific Journal

<https://doi.org/10.29025/2079-6021-2025-2>
<http://philjournal.ru>

Thematic Issue
Linguistic Creativity in Various Discursive Practices

Managing Editor
Prof. Dr. habil. Timur B. Radbil

The Journal is registered by the Federal Service for Supervision of Communications,
Information Technology and Mass Communications (Roskomnadzor) **ПН № ФС 77-75316 of March, 15, 2019.**

It is also registered by the International centre standard numbering of serials
(International standard Serial Numbering – **ISSN 2079-6021 of May, 10, 2010**).

The Journal is registered by the Federal Service for Supervision of Communications,
Information Technology and Mass Communications (Roskomnadzor) **Эл ФС77 – 72568 of April, 4, 2018**).

It is also registered by the International centre standard numbering of serials
(International standard Serial Numbering – **ISSN 2619-029X of May 31, 2018**).

Founded in 2000

Founder: *FEDERAL PUBLIC BUDGETARY EDUCATIONAL INSTITUTION OF HIGHER EDUCATION*
«KHETAGUROV NORTH OSSETIAN STATE UNIVERSITY» (NOSU)

Editor-in-Chief	Deputy Editor-in-Chief	Executive Secretary
<i>Tatiana Yu. Tameryan,</i> Prof. Dr. habil. (Vladikavkaz, Russian Federation) E-mail: tamertu@mail.ru	<i>Sergey G. Vorkachev,</i> Prof. Dr. habil. (Krasnodar, Russian Federation) E-mail: svork@kubstu.ru	<i>Elena E. Kusaeva,</i> PhD, External Department Expert (Vladikavkaz, Russian Federation) E-mail: lena_kusaeva@mail.ru

ISSN 2079-6021 (Print) ISSN 2619-029X (Online)
© Khetagurov North Ossetian State University, 2025.

Editorial Board

Elena V. Abramovskih, Prof. Dr. habil. (Samara, Russian Federation).
Oleg A. Alimuradov, Prof. Dr. habil. (Pyatigorsk, Russian Federation).
Evgeniya V. Biryukova, Prof. Dr. habil. (Moscow, Russian Federation).
Sergey N. Bredikhin, Prof. Dr. habil. (Stavropol, Russian Federation).
Eduard V. Budaev, Prof. Dr. habil. (Ekaterinburg, Russian Federation).
Maria A. Chernyak, Prof. Dr. habil. (St. Petersburg, Russian Federation).
Anatoly P. Chudinov, Prof. Dr. habil. (Ekaterinburg, Russian Federation).
Irina N. Ivanova, Prof. Dr. habil. (Stavropol, Russian Federation).
Alexey I. Gorozhanov, Prof. Dr. habil. (Moscow, Russian Federation).
Raphael Guzman Tirado, Prof. Dr. habil. (Granada, Spain).
Elena V. Dziuba, Prof. Dr. habil. (St. Petersburg, Russian Federation).
Alexey A. Kholikov, Prof. Dr. habil. (Moscow, Russian Federation).
Natalia N. Kislitsyna, Prof. Dr. habil. (Simferopol, Russian Federation).
Alexander V. Kravchenko, Prof. Dr. habil. (Irkutsk, Russian Federation).
Anna V. Kuznetsova, Prof. Dr. habil. (Rostov-on-Don, Russian Federation).
Vadim Yu. Melikyan, Prof. Dr. habil. (Rostov-on-Don, Russian Federation).
Mayya G. Merkulova, Prof. Dr. habil. (Moscow, Russian Federation).
Angelika Molnar, Assoc. Prof. Dr. habil. (Debrecen, Hungary).
Timur B. Radbil, Prof. Dr. habil. (Nizhny Novgorod, Russian Federation).
Tatyana F. Semyan, Prof. Dr. habil. (Chelyabinsk, Russian Federation).
Viacheslav D. Shevchenko, PhD (Kosice, Slovak Republic), Prof. Dr. habil. (Samara, Russian Federation).
Elena V. Senko, Prof. Dr. habil. (Vladikavkaz, Russian Federation).
Alena Stulajterova, Prof. PhD (Banska Bystrica, Slovak Republic).
Vyacheslav I. Terkulov, Prof. Dr. habil. ((Donetsk, Russian Federation).
Vittorio S. Tomelleri, Prof. Dr. habil. (Turin, Italy; St. Petersburg, Russian Federation).
Larisa G. Vikulova, Prof. Dr. habil. (Moscow, Russian Federation).
Wu Yanqiu, PhD, Associate Professor and Head of the Russian department, Zhejiang Yuexiu University (Shaoxing, China).

Editorial Council

Alan J. Cienki, Prof. PhD (Amsterdam, Netherlands; Moscow, Russian Federation).
Stephen J. Cowley, Prof. PhD (Odense, Denmark).
Robert Frederick Ilson, PhD, Professor (London, UK).
Olga K. Iriskhanova, Prof. Dr. habil. (Moscow, Russian Federation).
Aleksander K. Kiklewicz, Prof. Dr. habil. (Republic of Poland).
Andrey D. Korol, Prof. Dr. habil. (Minsk, Republic of Belarus).
Olga A. Leontovich, Prof. Dr. habil. (Volgograd, Russian Federation).
Victor M. Shaklein, Prof. Dr. habil. (Moscow, Russian Federation).
Gennady G. Slyshkin, Prof. Dr. habil. (Moscow, Russian Federation).
Marina R. Zheltukhina, Prof. Dr. habil. (Pyatigorsk, Russian Federation).



ISSN: 2079-6021 (Print) ISSN: 2619-029X (Online)

4 issues per year

Languages: Russian, English, German

Included in Higher Attestation Commission List.

Registered in the International Register CrossRef.

Indexed/abstracted in Russian Science Citation Index, DOAJ, Academic Resource Index Research Bib, BASE Google Scholar, Scilit, Ulrich's Periodicals Directory, ROAD (Directory of Open Access Scholarly Resources), Electronic Journals Library Cyberleninka, Google Scholar, WorldCat, Russian State Library, ORES, Scientific Electronic Library eLibrary.ru, RSCI Russian Scientific Electronic Library, The British Library, EBSCO, Open Access Asia.

Website: <http://philjournal.ru>.

E-mail: philproblem@mail.ru.

Aims and Scope

The scientific reviewed journal “**Current Issues in Philology and Pedagogical Linguistics**” has been published since 2000. The journal is included into the list of the leading reviewed scientific journals recommended by the Higher Attestation Commission under the Ministry of Education and Science of the Russian Federation. It is international with regard to its editorial board, contributing authors and thematic foci of the publications.

The aims of the journal are to provide an opportunity for the scientific community in our country and abroad to present the results of their original research in the actively developed humanitarian areas of modern science, integrating philological knowledge, to draw attention to promising and relevant areas of philological science and methodology.

The scope of the journal:

- to promote scientific exchange and collaboration among the Russian and foreign philologists and specialists in related fields;
- to present the results of scientific research and constructive ideas for the development of philological sciences, as well as innovative methods of teaching them that are relevant to the international scientific community;
- to acquaint readers with the latest trends and theories in the field of worldwide philological researches and their practical application;
- to publish the results of original scientific research on a wide range of current philological issues of an interdisciplinary nature, revealing the interaction of language, culture, consciousness, communication and mass media.

As a Russian journal with international character, it aims at discussing relevant intercultural/linguistic themes and exploring general implications of intercultural issues in human interaction in an interdisciplinary perspective. The most common topics include language and culture, comparative linguistics, sociolinguistics, psycholinguistics, cognitive linguistics, pragmatics, discourse analysis, intercultural communication, and theory and practice of translation. The journal publishes articles that reflect the latest scientific views, relevant results and achievements of fundamental, theoretical, applied and interdisciplinary research in the field of philological sciences: theory of language, comparative linguistics, cultural linguistics and psycholinguistics, cognitive and communicative linguistics, text linguistics, discourse studies, media linguistics, political linguistics, literary studies (theory and history of literature, poetics), methodology and didactics of teaching philological disciplines.

The Journal is published in accordance with the policies of COPE (Committee on Publication Ethics) Publication ethics (philjournal.ru)

The editors are open to thematic issue initiatives with guest editors.

Further information regarding notes for contributors, subscription, open access is available at <http://philjournal.ru>.

E-mail: philproblem@mail.ru.

Current Issues in Philology and Pedagogical Linguistics

No 2

2025

The Journal is registered by the Federal Service for Supervision of Communications, Information Technology and Mass Communications (Roskomnadzor), a certificate of registration ПИ № ФС 77-75316 of March' 15, 2019.

Review Editor L.Kh. Turgieva

Computer Layout E.V. Osipova

Release date 25.06.2025. Signed to print 25.06.2025.

Paper size 60x84 $\frac{1}{8}$

Office paper .The font type «Times».

Printing on risograph. C.pr.sh. 24,18. Registration sheet 25,22.

Circulation 100 copies. Order number 8. Free price.

Address of the publisher and editorial office: Federal Public Budgetary Educational Institution of Higher Education «Khetagurov North Ossetian State University» (NOSU), 362025, Republic of North Ossetia-Alania, Vladikavkaz, 44-46 Vatutin Street.

Printed in the publishing and printing center of FPBEI HE «NOSU», 362025, Republic of North Ossetia-Alania, Vladikavkaz, 44-46 Vatutin Street.

СОДЕРЖАНИЕ

Предисловие выпускающего редактора.....	14
---	----

АКТИВНЫЕ ПРОЦЕССЫ В СОВРЕМЕННЫХ ДИСКУРСИВНЫХ ПРАКТИКАХ В СВЕТЕ ФЕНОМЕНА ЛИНГВОКРЕАТИВНОСТИ

Акай О.М. Лингвокреативность в языке цифровых субкультур: игровые стратегии и дискурсивные инновации (на материале дискурса субкультурных сетевых сообществ).....	18
Кузнецов И.А. Лингвокреативный потенциал моделей элиминации в фатических диалогах (по данным Национального корпуса русского языка).....	30
Моштылева Е.С. Механизмы экспликации нарративности в поликодовых мемах ров...	46
Недоступова Л.В. Креативность в живой народной речи Воронежской области XXI века	59

МОДЕЛИ ЛИНГВОКРЕАТИВНОСТИ В ДИСКУРСЕ МАССМЕДИА И РЕКЛАМЫ

Бондарева Н.В., Желтухина М.Р. Проявление лингвокреативности в английском и русском экономическом медиадискурсе.....	74
Калашникова Л.В. Метафора как инструмент репрезентации образа «страны Прибалтики» в медийном дискурсе.....	86
Радбиль Т.Б. Смыслообразующие функции языковых аномалий в поликодовых текстах рекламы медицинских товаров и услуг.....	100
Сегал Н.А., Нахимова Е.А. Персонажный ряд «Воланд и его свита» как источник прецедентности в современных российских медиатекстах.....	117
Терских М.В., Зайцева О.А. Языковая игра как инструмент рекламного креатива.....	127

ИССЛЕДОВАНИЕ ЛИНГВОКРЕАТИВНОСТИ В СОПОСТАВИТЕЛЬНОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИИ И ПЕРЕВОДОВЕДЕНИИ

Волкова И.Д. Межъязыковая адаптация в контексте лингвокреативности художественного перевода.....	146
У Яньцю, Абуева Н.А., Бузело А.С., Чэнь Шида. Исследование культурных конфликтов и стратегий их разрешения в практике китайско-русского перевода.....	157
Хо Сяоцзун, Абуева Н.А. Лингвокультурологическое описание русских примет с компонентом <i>кураца/петух</i> (на фоне китайского языка).....	169

ЛИНГВОКРЕАТИВНЫЕ АСПЕКТЫ ХУДОЖЕСТВЕННОГО ТЕКСТА

Шевченко Е.С. Феномен лингвокреативности в драматургическом и театральном дискурсе Велимира Хлебникова.....	182
---	-----

Сегал Н.А., Налбандова П.С., Богданович Г.Ю. Креативный потенциал лексемы *ча-родей* в художественной литературе XX – начала XXI вв. 193

РЕЦЕНЗИИ

Воркачев С.Г. Рецензия на монографию В.И. Карасика «Языковое древо жизни» (М.: Государственный институт русского языка им. А. С. Пушкина, 2025. 496 с.)..... 202

ПАМЯТИ УЧЕНОГО

О Лидии Алексеевне Исаевой..... 207

CONTENTS

Managing Editor's Foreword	14
----------------------------------	----

DYNAMIC CHANGES IN MODERN DISCOURSE PRACTICES IN LINGUISTIC CREATIVITY PERSPECTIVE

Akay O.M. Language creativity in digital subcultures: game strategies and discourse innovation (study of subcultural internet communities' communication).....	18
Kuznetsov I.A. The linguacreative potential of elimination models in phatic dialogues (according to the data of Russian national corpus).....	30
Moshtyleva E.S. Explication mechanisms of narrativity in polycode POV memes.....	46
Nedostupova L.V. Creativity in the lively folk speech of the Voronezh region in the XXI century.....	59

LINGUISTIC CREATIVITY MODELS IN THE MEDIA AND ADVERTISING

Bondareva N.V., Zheltukhina M.R. Manifestation of the linguistic creativity in the English and Russian economic media discourse.....	74
Kalashnikova L.V. Metaphor as a tool of representation of the "Baltic states" image in media discourse.....	86
Radbil T.B. Sense-forming functions of language anomalies in polycode texts of advertising medical products and services.....	100
Segal N.A., Nakhimova E.A. The character series "Woland and his retinue" as a source of precedence in modern Russian media texts.....	117
Terskikh M.V., Zaytseva O.A. Language game as a tool of advertising creativity.....	127

LINGUISTIC CREATIVITY IN COMPARATIVE CULTURE AND TRANSLATION STUDIES

Volkova I.D. Interlingual adaptation in the context of literary translation linguacreativity.....	146
Wu Yanqiu, Abueva N.A., Buzelo A.S., Chen Shida. Cultural conflicts research and resolution strategies in the practice of Chinese-Russian translation.....	157
Huo Xiaojiong, Abueva N.A. Linguacultural description of Russian superstitions with the component <i>chicken/rooster</i> (in comparison with the Chinese language).....	169

LINGUISTIC CREATIVITY OF A LITERARY TEXT

Shevchenko E.S. The Linguistic creativity phenomenon in the dramatic and theatrical discourse of Velimir Khlebnikov.....	182
Segal N.A., Nalbandova P.S., Bogdanovich G.Yu. The creative potential of the enchanter lexeme in literary texts of the XX – early XXI centuries.....	193

REVIEWS

Vorkachev S.G. Review of the monograph “The Linguistic Tree of Life” by V.I. Karasik (Moscow: Pushkin State Institute of the Russian Language, 2025, 496 p.)..... 202

IN MEMORY OF THE SCIENTIST

About Lidiya A. Isaeva..... 207

Предисловие выпускающего редактора

Managing Editor's Foreword

Современные стратегии научного поиска в гуманитарном знании характеризуются пристальным вниманием исследователей к исходным принципам, лежащим в основе человеческой коммуникации — обеспечивающим ее адаптивные возможности и воздейственный потенциал применительно к самым разным условиям употребления языка, которые в современном мире существенным образом меняются. В числе таковых принципов, вне всякого сомнения, находится и феномен лингвокреативности, отражающий творческий характер того, что еще В.фон Гумбольдт именовал «духом языка», его энергийным началом.

При этом лингвокреативность не ограничивается лишь рамками художественного использования языка, не является исключительно средством риторического украшения речи, то есть некоего необязательного излишества, без которого говорящие могли бы легко обойтись. В разнообразных дискурсивных практиках современного социокультурного пространства модели лингвокреативности являют себя, так сказать, повсеместно, поскольку только так носители языка могут справиться с новыми стимулами, которые постоянно рождаются в условиях новых коммуникативных потребностей в нашем быстро меняющемся мире. Это, в свою очередь, приводит к становлению буквально на наших глазах такой инновационной области междисциплинарных гуманитарных исследований, как «креативная лингвистика», или «лингвистика креатива».

В русле указанного, крайне востребованного в современной гуманитаристике направления исследования находятся работы российских и зарубежных ученых, представленные в предлагаемом вниманию читателей тематическом выпуске журнала. Уже сама широта охвата научной проблематики и тематическое разнообразие статей, распределенных в соответствии с разными аспектами исследования по четырем разделам, позволят читательской аудитории получить достаточно полное представление о том, насколько многолик феномен лингвокреативности, насколько многомерны и разноплановы как сами проявления языкового творчества практически во всех дискурсивных практиках современного общества, так и аналитические инструменты их изучения.

В разделе «**Активные процессы в современных дискурсивных практиках в свете феномена лингвокреативности**» многообразные рефлексии лингвокреативности освещаются на материале интернет-коммуникации, включая поликодовые модели организации интернет-контента, а также живой русской народной речи, в том числе в корпусном представлении.

Научные штудии в области интернет-лингвистики представлены в двух статьях раздела. В статье «*Лингвокреативность в языке цифровых субкультур: игровые стратегии и дискурсивные инновации (на материале дискурса субкультурных сетевых сообществ)*» (О.М. Акай) выявляются структурно-функциональные особенности лингвокреативных практик современных цифровых субкультур, формирующихся в условиях гипердинамичной интернет-коммуникации на материале текстов из аккаунтов трех субкультурных сообществ рунета: дискурсы «витч-тиктокеров», «альтерщиков» и носителей «койнов». В свою очередь, в статье «*Механизмы экспликации нарративности в поликодовых мемах рун*» (Е.С. Моштылева) осуществлен комплексный анализ нетривиального материала, а именно получивших широкое распространение в новейшей цифровой среде поликодовых интернет-жанров — мемов рун/пов (от

англ. *point of view* 'точка зрения'), которые, в рамках трансформации моделей псевроличного нарратива, предлагают адресату «примерить» на себя событие, актуализованное в поликодовом конструкте.

Опыт корпусного исследования механизмов лингвокреативности в русской диалогической речи осуществлен в статье «*Лингвокреативный потенциал моделей элиминации в фактических диалогах (по данным Национального корпуса русского языка)*» (И.А. Кузнецов). На широком текстовом материале анализируется лингвокреативный потенциал пауз, пропусков, обрывов и умолчаний в фатических вопросно-ответных диалогических единствах в русской речи, на основе чего продемонстрирована значительная смыслообразующая роль речевых моделей структурной элиминации фрагментов реплик в диалогах на русском языке.

Диалектологический аспект изучения лингвокреативности реализован в статье «*Креативность в живой народной речи Воронежской области XXI века*» (Л.В. Недоступова), которая посвящена анализу креативных особенностей речи жителей заброшенного села Скупая Потудань Нижнедевицкого района Воронежской области XXI столетия как носителей одного из диалектов Центрально-Чернозёмного региона. Показано, что креативность, проявляемая посредством специфических особенностей говора и мышления скупопотуданцев, обусловлена оседлым образом жизни коренного населения.

Исследование лингвокреативности как смыслообразующего и стилообразующего свойства так называемых «дискурсов активного воздействия» (О.В. Соколова) осуществлено в работах, представленных в разделе «**Модели лингвокреативности в дискурсе массмедиа и рекламы**», которые обнаруживают определенный параллелизм в коммуникативно-прагматической, семантической и структурной организации медийного и рекламного дискурса как репрезентантов дискурсивных практик массовой коммуникации.

Анализу лингвокреативного характера медиатекстов посвящено три статьи раздела. В статье «*Проявление лингвокреативности в английском и русском экономическом медиадискурсе*» (Н.В. Бондарева, М.Р. Желтухина) в рамках сопоставительного подхода освещается функционирование англоязычной и русскоязычной экономической лексики в текстах новостей, онлайн-статьях, презентациях, бизнес-тренингах и рекламе. Авторы доказывают, что культурная ориентация некоторых типов текстов вызывает наличие в них образных, эмоциональных и оценочных лексических единиц как проявление креативности. Статья «*Метафора как инструмент репрезентации образа «страны Прибалтики» в медийном дискурсе*» (Л.В. Калашникова) нацелена на описание концептуально-метафорических моделей «страны Прибалтики» в отечественном медиадискурсе, которые создают эффект образности и экспрессивности, тем самым устанавливая обратную эмоциональную связь с аудиторией и порождая эффект убедительности транслируемой информации. Наконец, в статье «*Персонажный ряд «Воланд и его свита» как источник прецедентности в современных российских медиатекстах*» (Н.А. Сегал, Е.А. Нахимова) рассмотрены прецедентные единицы, апеллирующие к роману М.А. Булгакова «Мастер и Маргарита», которые представлены в новейшем отечественном медиапространстве. Определено, что семантико-прагматические и трансформационные особенности прецедентных единиц делают их зеркалом современных социополитических реалий и позволяют транслировать определенную оценку происходящих явлений.

Лингвокреативные явления в рекламном дискурсе охарактеризованы в двух статьях раздела. В статье «*Смыслообразующие функции языковых аномалий в поликодовых текстах рекламы медицинских товаров и услуг*» (Т.Б. Радбиль) рассматриваются смыслопорождающие механизмы языковых аномалий в рекламе, действие которых усиливается за счет нового качества информации, создаваемой в результате взаимодействия вербального и невербального компонентов рекламного контента. Установлено, что семантическая емкость и экспрессивная нагруженность поликодовых текстов рекламы медицинских товаров и услуг обнаруживают существенный воздейственный эффект. В своеобразную «переключку идей» с рассмотренной выше работой вступает статья «*Языковая игра как инструмент рекламного креатива*» (М.В. Терских, О.А. Зайцева), в которой на материале более 70 современных российских рекламных текстов демонстрируются разнообразные приемы языковой игры: графические, фонетические, лексические, словообразовательные и интертекстуальные; описаны такие функции этих приемов, как привлечение внимания, формирование эмоциональной связи с брендом, смысловая емкость и стимулирование вовлеченности потребительской аудитории.

Новые подходы к междисциплинарному описанию феномена лингвокреативности в разных коммуникативных областях реализованы в статьях, включенных в раздел «**Исследование**

лингвокреативности в сопоставительной лингвокультурологии и переводоведении», в котором представлен широкий и разнообразный материал разных языков и культур.

Проблематика языкового творчества в теории и практике перевода предложена в двух статьях раздела. Статья *«Межъязыковая адаптация в контексте лингвокреативности художественного перевода»* (И.Д. Волкова) посвящена рассмотрению межъязыковой адаптации иностранных произведений как фактора выполнения вольного перевода, в качестве основного мотива которого можно отметить намерение переводчика присвоить произведение, стать его соавтором и встроить в контекст принимающей культуры. В статье *«Исследование культурных конфликтов и стратегий их разрешения в практике китайско-русского перевода»* (У Яньцю, Н.А. Абуева, А.С. Бузело, Чэнь Шида) представлено исследование проблемы минимизации искажений в процессе китайско-русского перевода, для решения которой предлагается использование переводческой стратегии, сочетающей глубокое погружение в культурный контекст, развитие межкультурной компетенции переводчика через тренинги и анализ кейсов, применение адаптивных методов, а также постпереводческую верификацию с участием носителей языка.

Собственно лингвокультурологический аспект проблемы лингвокреативности освещен в статье *«Лингвокультурологическое описание русских примет с компонентом “курица/петух” (на фоне китайского языка)»* (Хо Сяоцзун, Н.А. Абуева), в которой на значительном языковом материале осуществлен сопоставительный лингвокультурологический анализ общих и уникальных национальных черт в интерпретации образов курицы и петуха, отраженных в народных приметах русской и китайской культур. Показано, что в русской лингвокультуре образы курицы и петуха амбивалентны, с преобладанием позитивных характеристик у петуха, тогда как в китайской лингвокультуре преобладают положительные ассоциации с обоими орнитонимами, особенно в отношении петуха.

Собственно литературоведческие и лингвопоэтические аспекты изучения лингвокреативности представлены в разделе **«Лингвокреативные аспекты художественного текста»**. Работы, представленные в этом разделе, затрагивают разнообразные вопросы, связанные с языковым творчеством в прозаическом, поэтическом, драматургическом и театральном типах художественного дискурса на материале авторов разных хронологических периодов и литературных направлений.

Статья *«Феномен лингвокреативности в драматургическом и театральном дискурсе Велимира Хлебникова»* (Е.С. Шевченко) на материале произведений Велимира Хлебникова ставит проблему лингвокреативности в русском авангарде. Выявлена специфика неординарного художественного мышления, определившего формы и способы самовыражения Велимира Хлебникова в драматургическом и театральном дискурсе его времени. В статье *«Креативный потенциал лексемы “чародей” в художественной литературе XIX–XX вв.»* (Н.А. Сегал, П.С. Налбандова, Г.Ю. Богданович) устанавливаются особенности языковой реализации образа *чародея* в художественных текстах XIX–XX вв. Доказывается, что контексты, которые построены на основе интегрального компонента *чародей*, имеют свойство отражать как позитивно маркированные, так и негативные действия, события и ситуации, что приводит к появлению двойственной коннотации при реализации лексемы *чародей* в художественной литературе на уровне вторичной номинации.

Также традиционная рубрика **«Рецензии»** ознакомит читателей журнала с рецензией на новую монографию В.И. Карасика *«Языковое древо жизни»* (М.: Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина, 2025. 496 с.), подготовленной С.Г. Воркачевым.

В особой рубрике **«Памяти ученого»** представлена статья памяти *Лидии Алексеевны Исаевой* (02.05.1958 – 01.05.2025), доктора филологических наук, профессора кафедры современного русского языка Кубанского государственного университета, Почетного работника высшего образования Российской Федерации, которая ушла из жизни за день до своего дня рождения: 2 мая ей исполнилось бы 67 лет.

Разумеется, статьи, представленные в данном тематическом выпуске, не могут дать полный и всесторонний охват проблематики лингвокреативности, с учетом сложности, полифункциональности и смысловой многомерности этого научного феномена. Однако мы можем смело утверждать, что каждая из работ вносит существенный вклад в новейшую теорию лингвокреативности, что открывает значительные перспективы для дальнейших исследований в этой, без преувеличения сказать, безграничной области научного познания.

Вне всякого сомнения, предлагаемые вниманию читателей в этом выпуске содержательные и обстоятельные научные разработки по проблематике языкового творчества в разнообразных дискурсивных

практиках современного социокультурного пространства будут полезны ученым-гуманитариям, педагогическим работникам, аспирантам и студентам, переводчикам, практикующим специалистам в области массовой коммуникации, а также всем, кто интересуется актуальными вопросами интернет-лингвистики, коммуникативистики, коллоквиалистики, медиалингвистики, корпусной лингвистики, дискурс-анализа, лингвопоэтики и лингвокультурологии.

*С уважением,
Т.Б. Радбиль*

АКТИВНЫЕ ПРОЦЕССЫ В СОВРЕМЕННЫХ ДИСКУРСИВНЫХ ПРАКТИКАХ В СВЕТЕ ФЕНОМЕНА ЛИНГВОКРЕАТИВНОСТИ

DYNAMIC CHANGES IN MODERN DISCOURSE PRACTICES IN LINGUISTIC CREATIVITY PERSPECTIVE

Оригинальная статья

УДК 81'42+ 811.161.1

<https://doi.org/10.29025/2079-6021-2025-2-18-29>

**Лингвокреативность в языке цифровых субкультур:
игровые стратегии и дискурсивные инновации
(на материале дискурса субкультурных сетевых сообществ)**

Акай О.М.

Санкт-Петербургский государственный университет;

199034, Российская Федерация, Санкт-Петербург,

Университетская набережная, д. 7–9;

ORCID ID: 0000-0003-2773-5384;

Scopus Author ID: 57197858489;

Web of Science Researcher ID: MEA-4541-2025;

SPIN-код: 4926-8520

e-mail: o.akay@spbu.ru

Аннотация: Цель исследования заключается в выявлении структурно-функциональных особенностей лингвокреативных практик современных цифровых субкультур, формирующихся в условиях гипердинамичной интернет-коммуникации. Материалом послужил корпус текстов, собранный за период 2021–2024 гг. из аккаунтов трех субкультурных сообществ рунета: дискурсы «витч-тиктокеров», «альтерщиков» и носителей «койнов». В работе применены методы корпусной лингвистики, дискурс-анализа и контекстуальной интерпретации с акцентом на выявление взаимосвязи языковых инноваций и социальных функций субкультур. Результаты исследования демонстрируют, что лингвокреативность

цифровых сообществ реализуется через три ключевых механизма: 1) гибридизацию архаических и инновационных элементов (ресакрализация терминологии, алгоритмизированный синтаксис), 2) формирование многоуровневых систем идентификации (криптолалия, визуально-текстовые коды), 3) прагматическую адаптацию к технологическим платформам (хэштег-маркировка, клиповые форматы). Установлено, что данные практики выполняют не только коммуникативную, но и формирующую функцию, позволяя сообществам конструировать альтернативные дискурсивные реальности. Заключение подчёркивает, что изучение цифровой лингвокреативности требует пересмотра традиционных лингвистических парадигм в контексте сетевой культуры. Полученные данные вносят вклад в развитие медиалингвистики и социалингвистики, предлагая новые подходы к анализу языковой динамики в условиях цифровой трансформации. Перспективы исследования связаны с изучением влияния искусственного интеллекта на эволюцию субкультурных идиолектов и их проникновение в массовую коммуникацию.

Ключевые слова: лингвокреативность, цифровая субкультура, интернет-дискурс, языковая идентичность, коммуникативные практики.

Для цитирования: Акай О.М. Лингвокреативность в языке цифровых субкультур: игровые стратегии и дискурсивные инновации (на материале дискурса субкультурных сетевых сообществ). *Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики*. 2025. № 2. С. 18–29. <https://doi.org/10.29025/2079-6021-2025-2-18-29>.

Original Paper

<https://doi.org/10.29025/2079-6021-2025-2-18-29>

Language Creativity in Digital Subcultures: Game Strategies and Discourse Innovation (Study of Subcultural Internet Communities' Communication)

Oksana M. Akay

Saint Petersburg University;

7-9 Universitetskaya Embankment, Saint-Petersburg,

Russian Federation, 199034;

ORCID ID: 0000-0003-2773-5384;

Web of Science Researcher ID: MEA-4541-2025;

SPIN-code: 4926-8520; Scopus Author ID: 57197858489;

e-mail: o.akay@spbu.ru

Abstract: The aim of the research is to identify structural and functional features of linguacreative practices of modern digital subcultures that are formed in the conditions of hyperdynamic Internet communication. The material was a corpus of texts collected over the period 2021–2023 at the accounts of three subcultural communities of the Runet: ‘whitch-tok’, ‘alt-right edgelords’ and ‘koin’ speakers. The methods of corpus linguistics, discourse analysis and contextual interpretation were applied in the work with a focus on revealing the relationship between linguistic innovations and social functions of subcultures. The research results demonstrate that linguacreativity of digital communities is implemented through three key mechanisms: 1) hybridisation of archaic and innovative elements (resacralisation of terminology, algorithmic syntax), 2) formation of multi-level identification systems (cryptolalia, visual-text codes), 3) pragmatic adaptation to technological platforms (hashtag tagging, clip formats). It is found that these practices perform not only a communicative but also a forming function, making it possible for communities to construct alternative discursive realities. The conclusion emphasises that studying digital linguacreativity requires a revision of traditional linguistic paradigms in the context of network culture. The data obtained contribute to the development of mediallynguistics and sociolinguistics, offering new approaches to analysing linguistic dynamics under conditions of digital transformation. The research prospects are related to studying the influence of artificial intelligence on the evolution of subcultural idiolects and their penetration into mass communication.

Keywords: linguacreativity, digital subculture, Internet discourse, linguistic identity, communicative practices.

For citation: Akay O.M. Language creativity in digital subcultures: game strategies and discourse innovation (study of subcultural internet communities' communication). *Current Issues in Philology and Pedagogical Linguistics*. 2025, no 2, pp. 18–29. <https://doi.org/10.29025/2079-6021-2025-2-18-29>(In Russ.).

Введение

В эпоху цифровизации язык перестает быть статичной системой, превращаясь в динамичное поле для экспериментов. Особую роль в этом процессе играют цифровые субкультуры (такие как «витч-тиктокеры», «альтершрики» и носители «койнов»), которые активно формируют собственные языковые коды, влияя на коммуникативные нормы в интернет-пространстве. Их дискурс отличается гиперкреативностью: сочетанием архаики и неологизмов, намеренным нарушением грамматики и созданием эзотерических языковых систем. Эти практики не просто отражают изменения в языке, но и конструируют новую реальность, где лингвокреативность становится ключевым инструментом формирования групповой идентичности.

При этом в российской лингвистике подобные явления изучены фрагментарно. Большинство работ сосредоточено на анализе традиционного сленга или исторических форм языковой игры (например, «олбанского» языка) [1: 115-117], тогда как креативные системы новых субкультур остаются без внимания. Недостаточно исследованы их словообразовательные модели, синтаксические инновации и прагматические функции, хотя именно эти аспекты позволяют понять, как цифровая среда трансформирует языковое творчество.

Данное исследование призвано восполнить этот пробел, предложив системный анализ лингвокреативности в современных интернет-субкультурах.

Цель статьи и актуальность исследования

Целью настоящего исследования является выявление и системное описание специфики лингвокреативности в языковых практиках современных цифровых субкультур на материале трех сетевых сообществ: «витч-тиктокеров», «альтершриков» и «койнов». Как отмечают исследователи интернет-коммуникации [2; 3], данные субкультуры представляют особый интерес для лингвистики, поскольку их языковые стратегии формируют новые дискурсивные модели, выходящие за рамки традиционных представлений о языковой игре.

Для достижения поставленной цели необходимо решение следующих задач:

1. Описать ключевые языковые стратегии, используемые в исследуемых субкультурах, с акцентом на:
 - словообразовательные модели (контаминация, ресакрализация архаизмов, семантические сдвиги);
 - синтаксические инновации (нарушение грамматических норм, гиперболизация через пунктуацию);
 - прагматические аспекты (криптолalia, маркирование групповой идентичности).
2. Сравнить выявленные лингвокреативные практики с традиционными формами языкового творчества (фольклорная языковая игра, «олбанский» язык). Такой сравнительный анализ позволит определить, в какой степени цифровые субкультуры наследуют или трансформируют существующие механизмы лингвокреативности.
3. Определить функции лингвокреативности в закрытых дискурсивных сообществах, включая:
 - социально-идентификационную (разграничение «своих» и «чужих»),
 - эзотерическую (создание языковых барьеров),
 - эстетико-перформативную (конструирование особого стиля коммуникации).

Решение этих задач позволит не только систематизировать наблюдаемые языковые явления, но и вписать их в более широкий контекст современных лингвистических исследований цифрового дискурса.

Актуальность работы обусловлена не только стремительным развитием цифровых коммуникаций, но и необходимостью переосмысления традиционных лингвистических подходов в условиях новых форм языкового творчества.

Научная новизна исследования определяется принципиально новым подходом к изучению языкового творчества в цифровых субкультурах. Впервые лингвокреативные практики современных интернет-сообществ рассматриваются как целостная система, охватывающая не только лексические инновации, но и синтаксические трансформации, прагматические стратегии и дискурсивные особенности.

Особое внимание уделяется взаимосвязи языкового экспериментирования с процессами формирования групповой идентичности в закрытых сетевых сообществах. Исследование предлагает оригинальную концепцию анализа цифровой лингвокреативности, учитывающую специфику визуально-текстовой коммуникации и алгоритмизированной среды социальных платформ. В научный оборот вводится актуальный языковой материал, отражающий новейшие тенденции развития интернет-дискурса.

Материалы и методы исследования

Методологическую основу настоящего исследования составляют три взаимодополняющих подхода, позволяющих всесторонне проанализировать лингвокреативные практики цифровых субкультур.

Корпусный анализ применяется для выявления и систематизации языковых особенностей исследуемых субкультур. В качестве материала исследования выступают:

- текстовые посты с хэштегами #витчток, #альтерщики в социальной сети TikTok;
- коммуникативные практики в закрытых Telegram-каналах («Ведьмовской уголок», «Альтернатива»);
- форумные обсуждения на платформах Discord¹, Reddit², (r/russian_alternative³), а также в игровых сообществах GameMag⁴, Good Game.ru⁵, Stratege.ru⁶, Форум Игромания⁷. Корпус формировался методом сплошной выборки за период 2021-2024 гг.

Дискурс-анализ позволяет рассматривать языковые практики как инструмент конструирования социальной реальности. Этот подход:

- выявляет связь между лингвокреативными стратегиями и групповой идентичностью;
- демонстрирует, как языковые инновации формируют особые модели мировосприятия (ср. концепцию «эзотеризации дискурса» у Земляной [4: 38-39];
- учитывает паралингвистические факторы [3: 9].

Контекстуальный анализ применяется для детального разбора конкретных языковых примеров. Метод включает:

- семантико-прагматический анализ неологизмов и окказионализмов;
- исследование синтаксических отклонений от нормы;
- учет экстралингвистических факторов (социальный контекст, коммуникативная ситуация).

Результаты исследования и их обсуждение

В современной лингвистике понятие лингвокреативности формируется на стыке когнитивного и дискурсивного подходов, что нашло отражение в работах ведущих отечественных исследователей. Согласно концепции Е.С. Кубряковой, лингвокреативность представляет собой системное свойство языка, проявляющееся в способности порождать инновационные языковые формы с сохранением коммуникативной эффективности [5: 74]. В.З. Демьянков акцентирует внимание на ее когнитивной природе, подчеркивая связь с механизмами концептуализации действительности [6: 196]. В отличие от этих фундаментальных трактовок, в контексте цифровых коммуникаций лингвокреативность приобретает особые характеристики, требующие специального рассмотрения.

Принципиальное отличие лингвокреативности от традиционной языковой игры проявляется в трех аспектах:

¹ Discord. Доступно по: <https://discord.com/>. Ссылка активна на 02.05.2023. Discord. Available at: <https://discord.com/>. Accessed May 02, 2023.

² Reddit. Доступно по: <https://www.reddit.com/?rdt=57602>. Ссылка активна на 26.12.2024. Reddit. Available at: <https://www.reddit.com/?rdt=57602>. Accessed December 26, 2024.

³ Russian Alternative. Доступно по: <https://russian-alternative.ru/>. Ссылка активна на 02.05.2023. Russian Alternative. Available at: <https://russian-alternative.ru/>. Accessed May 02, 2023.

⁴ GameMag. Доступно по: <https://forums.gamemag.ru/>. Ссылка активна на 26.12.2024. GameMag. Available at: <https://forums.gamemag.ru/>. Accessed December 26, 2024.

⁵ Good Game.ru. Доступно по: <https://goodgame.ru/forum>. Ссылка активна на 26.12.2024. Good Game.ru. Available at: <https://goodgame.ru/forum>. Accessed December 26, 2024.

⁶ Stratege.ru. Доступно по: <https://stratege.ru/forums/>. Ссылка активна на 26.12.2024. Stratege.ru. Available at: <https://stratege.ru/forums/>. Accessed December 26, 2024.

⁷ Форум Игромания. Доступно по: <http://forum.igromania.ru/index.php>. Ссылка активна на 26.12.2024. Forum Igromania. Available at: <http://forum.igromania.ru/index.php>. Accessed December 26, 2024.

1. Идентификационная функция: если языковая игра носит преимущественно развлекательный характер, то лингвокреативность в цифровых субкультурах служит «маркером групповой принадлежности» [1: 60], создавая четкие границы между «своими» и «чужими».

2. Эзотеризация дискурса: современные исследователи [7; 8] отмечают, что лингвокреативные практики часто предполагают «намеренную усложненность» языкового кода, превращая его в инструмент исключения непосвященных.

3. Функциональная направленность: в отличие от ситуативной языковой игры, цифровая лингвокреативность обладает «системной прагматикой», обслуживая конкретные коммуникативные потребности сообщества [9: 45–46].

Следует отметить, что теоретическая база исследования лингвокреативности в цифровой среде остается недостаточно разработанной в отечественной лингвистике. Большинство существующих работ [10; 1] сосредоточены на анализе отдельных аспектов явления, не предлагая целостной концепции. Особенно слабо изученными остаются вопросы «взаимодействия лингвокреативных стратегий» с алгоритмической природой цифровых платформ и визуальными компонентами коммуникации [3]. Данное исследование призвано восполнить эти теоретические лакуны, предлагая комплексный подход к изучению феномена.

Современные цифровые субкультуры представляют собой уникальную лингвокультурную среду, формирующую принципиально новые модели языкового творчества [8: 146]. В рамках настоящего исследования под цифровой субкультурой понимается устойчивое интернет-сообщество, обладающее следующими характеристиками:

- 1) общность ценностных ориентаций и поведенческих паттернов;
- 2) наличие специфической символической системы;
- 3) развитые механизмы самоидентификации;
- 4) собственные коммуникативные практики.

Особое значение для лингвистического анализа приобретают дискурсивные особенности цифровых субкультур:

- Гиперкреативность как системное свойство, проявляющееся в постоянном порождении языковых инноваций [1]. В отличие от традиционных языковых сообществ, цифровые субкультуры демонстрируют ускоренный цикл обновления лексикона и грамматических структур.

- Клиповость дискурса, обусловленная техническими ограничениями платформ [11: 146], что приводит к формированию особых компрессионных стратегий вербализации смыслов.

- Эффект анонимности, создающий условия для радикального языкового экспериментирования [7: 92]. В отсутствие социальных санкций участники сообществ свободно нарушают языковые нормы.

- Алгоритмическая детерминированность коммуникации [12], когда лингвокреативные практики адаптируются под требования платформенных алгоритмов.

Как отмечается в [9], именно в цифровых субкультурах наиболее ярко проявляется «парадокс современной интернет-коммуникации»: с одной стороны, глобальная доступность контента, с другой – намеренное усложнение языкового кода для ограничения доступа «аутсайдеров». Эта диалектика делает цифровые субкультуры исключительно продуктивной средой для лингвистического наблюдения.

Анализ лингвокреативных практик цифровых субкультур требует их осмысления в контексте исторического развития языкового творчества. Традиционные формы языковой игры, восходящие к фольклорным традициям, демонстрируют принципиально иную природу по сравнению с современными цифровыми проявлениями.

Фольклорные языковые игры (каламбуры, загадки, скороговорки) характеризовались следующими особенностями:

- 1) устойчивостью форм в рамках культурной традиции;
- 2) четкой жанровой принадлежностью;
- 3) ориентацией на устную передачу;
- 4) функцией социализации в рамках локального сообщества.

Особый интерес представляет переходный этап от традиционных форм к цифровым, представленный феноменом «олбанского языка» и его разновидностей («падонкафский» язык). Как отмечают исследователи [10: 79], эти формы языкового творчества уже содержали в зародыше многие черты современной цифровой лингвокреативности:

- намеренное нарушение орфографических норм;
- использование фонетических деформаций;
- создание особого коммуникативного пространства.

Однако принципиальное отличие современных цифровых субкультур заключается в:

- 1) системности языковых инноваций;
- 2) прямой связи с групповой идентичностью;
- 3) комплексном характере изменений (затрагивающих все уровни языка);
- 4) зависимости от технологических особенностей цифровых платформ.

Таким образом, эволюция от фольклорных форм через «олбанский язык» к современным цифровым субкультурам демонстрирует переход от эпизодической языковой игры к системной лингвокреативности как инструменту конструирования социальной реальности.

Современные цифровые субкультуры демонстрируют принципиально разные, но равно интересные модели языкового творчества. Сообщество «витч-тиктоверов» формирует особый эзотерический дискурс, где архаическая лексика («*чародейство*») переосмысливается в контексте современной цифровой реальности, создавая синкретичную систему, сочетающую оккультную терминологию, академические речевые паттерны и элементы поп-культуры. Визуальное оформление их коммуникации (готические шрифты, специфическая пунктуация) становится неотъемлемой частью лингвокреативного процесса. В среде «витч-тиктоверов» преобладают контаминации («*ведьмаг*» от ведьма + маг), архаизация современной лексики («*чародей*» в значении блогер), а также семантические сдвиги заимствований («*глитч*» как обозначение мистического вмешательства). Особенностью является сакрализация бытовых понятий через старославянские корни («*навь*» для обозначения цифрового пространства). Ср.: «*кошунник*» (пользователь, нарушающий правила сообщества), «*ведун*» (эксперт в определённой теме), «*проклятьеведение*» (изучение негативных комментариев). Характерны гибридные образования: «*рунограм*» (руны + инстаграм), «*таромант*» (таро + консультант), «*заклинатель контента*».

В противовес этому, «альтерштики» вырабатывают резкий протестный идиолект, где уголовный жаргон («*заиквар*», «*петушиться*») парадоксально сочетается с философской терминологией («*диалектика*», «*дискурс*»), создавая языковую форму социального сопротивления. «Альтерштики» демонстрируют противоположную тенденцию – десакрализацию терминологии через контаминацию («*революционер*» законченный аморалист, совершающий преступление и предательство) и ироничную жаргонизацию философских понятий («*диалектика*» в значении бессмысленных споров). Характерны фонетико-графические деформации («*аффтэр*» вместо автор), выполняющие идентификационную функцию. Отмечаются случаи намеренного искажения: «*филосов*» (философ с просторечным суффиксом), «*диссидюк*» (диссидент + пренебрежительный суффикс), «*анархопенсия*» (анархия + пенсия). Особый интерес представляют контаминации с элементами иронии: «*критикант*» (критик + дилетант), «*митинговоз*» (митинг + паровоз).

Наиболее радикальную позицию занимают носители «койнов» – искусственных языковых систем, эволюционировавших от примитивного «падонкафского» до сложных шифрованных кодов. Современные варианты «койнов» демонстрируют системное словообразование, грамматическую редукцию и выполняют прежде всего криптолалическую функцию, превращаясь в инструмент жесткого разграничения «своих» и «чужих». В дискурсе «койнов» преобладают: клавиатурные сокращения («*крч*» от коротко), ультракраткие формы («*збс*» как маркер одобрения), звукоподражательные элементы («*кек*» для выражения насмешки). Создатели «койнов» развивают принципы максимальной компрессии: «*чзх*» (что за хайп), «*лнх*» (обсценизм), «*глп*» (главное – месседж, потом). Характерны аббревиатурные образования: «*лол*» (laugh out loud), «*имхо*» (по моему скромному мнению), «*омг*» (oh my god). Особую группу составляют фонетико-графические интенциональные искажения: «*аццки*» (очень), «*жыве*» (да здравствует), «*превед*» (привет).

Синтаксические особенности исследуемых субкультур демонстрируют сознательное отклонение от языковых норм, служащее маркером групповой идентичности. В сообществе «витч-тиктоверов» наблюдается архаизация синтаксических структур: «*Мне есть что сказать*» (вместо «У меня есть»), «*Ты быть прав*» (опущение связки). Характерна избыточная пунктуация, выполняющая сакрализующую функцию: «*Заклинаю силой трёх лун!!!!...*», где многоточие и множественные восклицательные знаки создают эффект магического ритуала.

«Альтерштики» используют синтаксис как инструмент протеста: намеренно «ломанные» обценные конструкции («*Я нихрена не согласен*» вместо «Я совершенно не согласен»), парцелляция («*Всё*».

Хватит. Заканчиваем.»), эллипсис («Ты – в теме?»). Особенно показательно использование CAPS LOCK’а как синтаксического маркера: «ЭТО НЕ ДИСКУССИЯ ЭТО ПРОПАГАНДА».

В «койнах» синтаксис подчиняется принципу максимальной компрессии: «Чё?» (вместо «Что происходит?»), «Тывкурсе?» (слияние местоимения и предикатива), «Имс ок» (гибрид английского и русского с опущением глагола). Алгоритмизированный синтаксис проявляется в хэштегообразовании: «#Кста_заметил_что» – слитное написание для оптимизации поиска.

Общей чертой всех субкультур является гиперболизация через пунктуацию: «ОНИ ВСЕ ТАКИЕ!!!!!!» (у «альтерщиков»), «Магия реальна...» (у «витч-тиктокеров»), «Кек» (у носителей «койнов»). Таким образом, наряду со словообразованием, синтаксические трансформации обслуживают коммуникативные потребности цифровых субкультур, выполняя как идентификационную, так и экспрессивную функции, а также становятся эффективным инструментом конструирования особого дискурсивного пространства.

Лингвокреативные практики исследуемых сообществ выполняют ряд важных прагматических функций, формируя особое коммуникативное пространство. Криптолalia как намеренное усложнение языкового кода ярко проявляется в «витч-дискурсе» через использование специализированной лексики («астральное тело» вместо «аватар», «лунный час» вместо «вечер»), где сакральная терминология создает барьер для непосвященных.

В среде «альтерщиков» эту функцию выполняют политизированные неологизмы («системщик» для обозначения сторонника статус-кво, «говноед» как уничижительный термин для оппонентов), в то время как создатели «койнов» разрабатывают целые системы сокращений и замен, понятные только узкому кругу. В субкультуре «альтерщиков» существует целый спектр маркеров одобрения, отражающих специфику их коммуникации, ср.:

«Красава» (от «красавчик») – с оттенком иронии, но в целом позитивная оценка.

«Зашло» (о чем-то, что было воспринято положительно).

«Огонь» (сильное одобрение, аналог «круто»).

«Точно в точку» (подчеркивание точности высказывания).

«Респект» (уважение + одобрение).

«Береги себя» (шутливо-одобрительное, если кто-то высказал резкую, но точную мысль).

«Так держать» (поддержка в агрессивно-одобрительной манере).

«Жги ещё» (поощрение к продолжению в той же манере).

«Прям в яблочко» (если аргумент особенно меткий).

«Это сила» (о чем-то, что впечатлило).

Отличительная черта – иронично-агрессивная коннотация даже в позитивных оценках, что соответствует общей стилистике сообщества.

Эмоциональные маркеры приобретают в этих сообществах особую значимость, становясь полноценными элементами грамматики. «Витч-тиктокеры» активно используют эзотерические символы (☾ вместо «ночь», 🔮 вместо «предсказание»), превращая их в обязательные компоненты высказывания.

В коммуникативном пространстве «витч-тиктокеров» эзотерические символы формируют сложную систему визуально-текстового кодирования, выходящую за рамки простого оформления и приобретающую самостоятельное семантическое значение. Этот уникальный символический язык создает особый сакральный хронотоп цифрового взаимодействия, где традиционные эзотерические знаки переосмысливаются через призму современной интернет-культуры.

Астрологическая символика (♃ Юпитер для тем расширения возможностей, ♄ Сатурн для обсуждения кармических ограничений, ☾ Луна в первой четверти как маркер благоприятных периодов) соседствует с алхимическими знаками (* знак Соединения в контексте межличностных отношений). Рунические символы (ᚠ Одал для тем наследия, ᚱ Уруз как обозначение внутренней силы, ᚹ Дагаз для указания на грядущие изменения) органично вплетаются в цифровой дискурс, приобретая новые коннотации.

Особую роль играет сакральная пунктуация — троекратные повторы символов (!!!~) для усиления магического эффекта, круговое оформление текста (○ заклинание ○), зеркальные скобки («тайное знание») — все эти элементы превращают обычное сообщение в ритуальный текст. Цветовая семиотика (фиолетовый – для эзотерических знаний, бордовый – для тайных практик, изумрудный – для природной магии) добавляет дополнительные слои смысла.

Эта символическая система выполняет несколько ключевых функций: служит инструментом кодирования информации, маркирует границы между «своими» и «чужими», создает атмосферу таинственности и одновременно эстетизирует повседневные цифровые практики. Особенностью «витч-дискурса» является именно синкретизм — способность сочетать древние эзотерические традиции с современными цифровыми коммуникативными стратегиями, создавая принципиально новый язык самовыражения и групповой идентификации. Символы здесь не просто сопровождают текст, а становятся его полноправными смыслообразующими элементами, где пространственное расположение, цветовое решение и комбинаторика знаков порождают сложные многоуровневые сообщения, понятные только посвященным участникам сообщества.

В «альтернативном» дискурсе эмоциональность выражается через агрессивную пунктуацию («ОНИ ВРУТ!!!!!!») и капслок («ЭТО ПРОВОКАЦИЯ»), тогда как у «койнов» ту же функцию выполняют повторяющиеся скобки («омж»)))))) и специализированные междометия («лмао», «омг»).

В дискурсе «койнов» междометия формируют сложную систему эмоционального кодирования, обладающую ярко выраженной спецификой. Звукоподражательная природа многих междометий («кек» как искаженный вариант «lol», передающий снисходительный смех; «лмао», заимствованное из англоязычного «LMAO» для обозначения бурной реакции; «брух», имитирующий звук падения и выражающий разочарование) сочетается с возможностью градуирования интенсивности — от базовых форм («омг», «изи») через усиленные варианты («оммгг», «изизиз») до максимально экспрессивных написаний («ОМЖЖЖ», «ИЗИИИИ»).

Контекстуальная вариативность междометий проявляется в их способности передавать различные эмоциональные оттенки: «ня» выражает одобрение или умиление, «нуб» служит пренебрежительной оценкой, а «гг» (сокращение от «good game») констатирует победу в споре. Графическое варьирование включает как стандартные написания («кек»), так и фонетические искажения («кеек», «кееек») и визуально усиленные формы («кек»))))), «КЕК»).

В дискурсе койнов междометия выполняют три ключевые функции, демонстрируя при этом удивительную полифункциональность. Реактивные междометия, такие как «гг» (сокращение от «good game», используемое по окончании матча), «кринж» (спонтанная реакция на неловкую ситуацию) или «ай» (ироничное выражение боли при проигрыше), служат для мгновенного эмоционального отклика на события в игре. Оценочные междометия, включающие «краш» (восторженная оценка эффектного действия), «кекат» (насмешка над неудачей противника) и «лүлз» (реакция на абсурдную ситуацию), позволяют участникам коммуникации выражать своё отношение к происходящему. Ритуальные междометия, например «гра» (сокращение от «граунд», используемое как приветствие перед раундом), «Ф» (мемное выражение соболезнования) или «Збт» (сленговое подтверждение договорённости), выполняют важную роль в поддержании групповой идентичности и соблюдении неформальных норм общения. При этом многие междометия легко пересекают границы между категориями: так, «кринж» может одновременно выступать как спонтанная реакция, оценочная характеристика и ритуальный мем, что подчёркивает гибкость и адаптивность этого языкового явления в цифровых субкультурах.

Эти языковые элементы образуют замкнутую систему эмоционального обмена, где минимум графических средств передает максимум смыслов, вариативность написания служит тонкой настройкой эмоции, а сочетаемость с другими элементами (скобками, капслоком) создает новые смысловые оттенки. Такая система отражает ключевые принципы «койн-дискурса»: экономию языковых средств, ироничную дистанцию, игровое отношение к коммуникации и жесткую социальную маркировку, обеспечивающую разграничение между «своими» и «чужими».

Прагматика этих языковых практик реализует три ключевые функции. Во-первых, конструирование групповой идентичности через уникальные языковые формы — от архаизированных оборотов («Да будет известно тебе, о искатель») у «витч-сообществ» до нарочито грубых конструкций («Чё пялишь?») в среде «альтерщиков». Во-вторых, защита от внешнего вмешательства путем создания языковых барьеров — будь то специализированная лексика, требующая специальных знаний, или намеренно искаженные грамматические формы. В-третьих, эстетизация коммуникации, превращающая обычный обмен сообщениями в своеобразный перформанс — от визуально оформленных «магических заклинаний» до ритмически организованных «протестных слоганов». Эти прагматические стратегии демонстрируют, как цифровые субкультуры превращают язык в мощный инструмент социального позиционирования и культурного самоопределения.

Ключевое отличие лингвокреативных практик цифровых субкультур от традиционных форм языкового творчества заключается в принципиально ином механизме их создания и функционирования. Если классические проявления языковой игры (литературные неологизмы, фольклорные каламбуры, авторские стилистические эксперименты) носят преимущественно индивидуальный характер, отражая творческую манеру конкретного писателя или носителя языка [13], то в цифровых субкультурах лингвокреативность возникает как продукт коллективного творчества.

Этот процесс обладает несколькими специфическими чертами:

1. Стихийность формирования – новые языковые формы рождаются в результате многочисленных коммуникативных актов без централизованного управления;

2. Сетевая мутация – первоначальный языковой элемент в процессе использования модифицируется разными участниками сообщества, обрастая новыми вариантами. Ярким примером сетевой мутации служит эволюция междометия «рофл» (от англ. ROFL — «rolling on the floor laughing»), прошедшего сложный путь трансформаций в цифровой среде. Изначальная форма подверглась фонетической гиперболизации («рофл» → «рофлан» → «рофланчик» с игривыми увеличительными суффиксами), графическим искажением («рофл» → «rwfl» → «р0фл» с заменой букв на символы) и семантическому ветвлению, породившему гибриды вроде «рофлокост» (слияние с мемом про холокост) и абсурдные удлинения типа «рофлoneк». Особенно интересно параллельное существование этих вариантов в разных интернет-нишах: международные чаты сохраняют каноничный «рофл», русскоязычные ресурсы культивируют «рофланчик», а геймерские пространства экспериментируют с «р0фл» – демонстрируя, как цифровые сообщества коллективно участвуют в языковом творчестве, создавая вариативные, но узнаваемые формы. Этот процесс не просто отражает спонтанные изменения, но и формирует своеобразную «память субкультуры», где каждая мутация маркирует принадлежность к конкретному сетевому «племени»;

3. Краудсорсинговый отбор – наиболее удачные находки закрепляются в практике сообщества естественным образом, тогда как неудачные исчезают. Яркой иллюстрацией механизмов краудсорсингового отбора в интернет-дискурсе служит эволюция лингвокреатива «база», восходящего к англоязычному неологизму “based”. Данная языковая единица демонстрирует характерный для цифровых субкультур процесс естественной селекции лингвистических инноваций. В ходе стихийной циркуляции в сетевых сообществах первоначальная форма подверглась существенной трансформации, породив ряд дериватов: фонетически редуцированные варианты («база», «базе»), семантически осложнённые образования («безбаза», «базомет»), а также дискурсивные формулы («база. конец.»). Наблюдается чёткая корреляция между степенью языковой экономии и жизнеспособностью формы: максимально редуцированные варианты демонстрируют наибольшую частотность употребления, тогда как семантически и структурно перегруженные конструкции постепенно элиминируются из дискурса. Примечательно, что часть производных («базомет») сохраняется в узких коммуникативных нишах, что свидетельствует о стратификации интернет-сообществ по принципу лингвистической компетенции;

4. Анонимность авторства – в отличие от литературных неологизмов, чье происхождение часто можно проследить, цифровые лингвокреативы существуют как общее достояние субкультуры.

Такая модель принципиально отличается как от индивидуального авторского творчества (где прослеживается четкая связь между языковой инновацией и ее создателем), так и от фольклорных форм (где процесс создания растянут во времени и носит стихийный, но не сетевой характер). Современные цифровые сообщества создают уникальный прецедент распределенного, децентрализованного языкового творчества, где каждый участник одновременно является и создателем, и потребителем лингвокреативных форм [14: 17].

Еще одним отличием лингвокреативных практик цифровых субкультур от традиционных форм языкового творчества является их временная динамика и коммуникативная направленность. Если фольклорные языковые формы (пословицы, загадки, народные песни) формировались веками, проходя естественный отбор на долговечность и универсальность, то современные цифровые лингвокреативы ориентированы на мгновенную узнаваемость в условиях скоростного интернет-коммуникативного пространства [15].

Данная особенность проявляется в нескольких аспектах:

1. Скорость распространения и устаревания – интернет-мемы и субкультурные языковые маркеры могут достигать пика популярности за считанные дни, но так же быстро выходить из употребления, тогда как фольклорные единицы сохраняются поколениями;

2. Платформенная зависимость – цифровые лингвокреативы часто привязаны к конкретным медийным форматам (твиттерные хэштеги, тикток-тренды) и теряют актуальность при смене технологических платформ;

3. Гиперконтекстуальность – многие субкультурные языковые инновации рассчитаны на моментальное узнавание в конкретном временном и коммуникативном контексте [16: 99], тогда как фольклорные формы обладают вневременной универсальностью;

4. Визуально-текстовый синкретизм – в отличие от устных фольклорных форм, цифровая лингвокреативность часто опирается на сочетание текста с визуальными элементами (эмодзи, шрифтовое оформление), что усиливает мгновенную узнаваемость, но снижает долговременную устойчивость.

Этот контраст отражает фундаментальное различие в коммуникативных парадигмах: традиционная лингвокреативность была ориентирована на сохранение и передачу культурного кода, тогда как цифровая – на оперативное реагирование в условиях информационной перегрузки и необходимость моментального выделения сообщения в потоке контента [17: 615].

Несмотря на существенные различия, цифровые лингвокреативные практики сохраняют фундаментальное родство с традиционными формами языкового творчества в двух ключевых аспектах. Прежде всего, сохраняется игровая природа языкового экспериментирования – как в фольклорных загадках и каламбурах, так и в современных «койнах» или «витч-дискурсе» язык становится полем для творческого манипулирования формами и смыслами. Эта игровая составляющая проявляется в намеренном нарушении норм, создании альтернативных семантических систем и удовольствии от самого процесса языкового творчества [18: 74-75].

Не менее важным сходством является социализирующая функция языковых инноваций. Как традиционные фольклорные формы служили механизмом включения в культурное сообщество, так и современные субкультурные лингвокреативы выполняют роль «социального пароля» – владение специфическим языковым кодом становится маркером принадлежности к группе. В обоих случаях языковое творчество выступает инструментом формирования коллективной идентичности и средством разграничения «своих» и «чужих». Эти глубинные функции языковой игры, сохраняющиеся несмотря на смену коммуникативных парадигм, свидетельствуют о константных свойствах лингвокреативности как культурного феномена.

Заключение

Проведенное исследование демонстрирует, что лингвокреативные практики современных цифровых субкультур представляют собой уникальный синтез архаических языковых стратегий и инновационных коммуникативных технологий. Как показал анализ, «витч-тиктокеры», «альтерщики» и носители «койнов» создают сложные гибридные системы, где древние приемы словообразования и сакрализации дискурса сочетаются с цифровой спецификой мгновенного распространения и платформенной зависимостью. Важнейшим выводом исследования становится понимание лингвокреативности как инструмента дискурсивной власти – в цифровом пространстве контроль над языковыми нормами и способность навязывать свои коммуникативные практики фактически означает контроль над конструированием социальной реальности.

Перспективы дальнейшего исследования видятся в изучении эволюции этих языковых систем под влиянием технологических изменений (развитие AI-коммуникации, метавселенных), а также в сравнительном анализе с аналогичными явлениями в других языковых культурах. Особый интерес представляет исследование механизмов перехода субкультурных лингвокреативов в mainstream-коммуникацию, что позволит лучше понять законы языковой динамики в цифровую эпоху.

Список литературы

1. Иванова М.В., Клушина Н.И., Барышева С.Ф., Касперова Л.Т., Смирнова Н.В. *Лингвокреативное пространство интернет-коммуникации*: кол. монография. М.: Флинта; 2025. 236 с.
2. Бутакова Л.О. Языковая способность, речевая компетенция, речевая деятельность представителей поколения Z. *Русский язык в школе*. 2021; 82(4): 61-74. <https://doi.org/10.30515/0131-6141-2021-82-4-61-74>.
3. Herring S.C., Stein D., Virtanen T. *Introduction to the pragmatics of computer-mediated communication*. Handbook of Pragmatics of Computer-Mediated Communication. Berlin: De Gruyter Mouton; 2013. p. 31.

4. Ефанов А.А., Осокин А.А. Дискурс социальных медиа: к проблеме интерпретации. *Вопросы теории и практики журналистики*. 2022; (3). Доступно по: <https://cyberleninka.ru/article/n/diskurs-sotsialnyh-media-k-probleme-interpretatsii>. Ссылка активна на 07.03.2025.
5. Кубрякова Е.С. *О тексте и критериях его определения*. В кн.: Текст. Структура и семантика. Том 1. Москва; 2001. С. 72-81.
6. Демьянков В.З. *Семантические роли и образы языка*. В кн.: Язык о языке. Москва: Языки русской культуры; 2000. С. 193-269.
7. Дускаева Л.Р., Иванова Л.Ю. Лингвокреативность в создании паратекста телеграм-канала. *Вестник Санкт-Петербургского университета. Язык и литература*. 2023; 20(1): 40-60. <https://doi.org/10.21638/spbu09.2023.103>.
8. Чернявская В.Е. Лингвистика текста. Лингвистика дискурса. Москва: URSS; 2021.
9. Androutsopoulos J., Vogel F. *Handbuch Sprache und digitale Kommunikation*. Berlin: De Gruyter; 2024.
10. Ефремов В.А. О новых формах наивной лингвистики в эпоху интернета. *Антропологический форум*. 2014; (21): 74-81. Доступно по: <https://cyberleninka.ru/article/n/o-novyh-formah-naivnoy-lingvistiki-v-epohu-interneta>. Ссылка активна на 11.04.2025.
11. Хазова А.Б. Изучение компьютерно-опосредованной коммуникации в лингвистическом аспекте. *Вопросы языкознания*. 2023; (2): 144-156. <https://doi.org/10.31857/0373-658X.2023.2.144-156>.
12. Dürscheid C. *Grammatische und lexikalische Strukturen digital geschriebener Sprache*. *Handbuch Sprache und digitale Kommunikation*. Berlin: De Gruyter; 2024. p. 157-175.
13. Кубрякова Е.С. *Язык и знание*. Москва: Языки славянской культуры; 2004. 560 с.
14. Гермашева Т.М. Лингвокреативный дискурс: к постановке проблемы. *Дискурс-Пи*. 2016; (3-4). Доступно по: <https://cyberleninka.ru/article/n/lingvokreativnyy-diskurs-k-postanovke-problemy>. Ссылка активна на 15.02.2025.
15. Thurlow C., Mroczek K. *Digital Discourse: Language in the New Media*. Oxford: Oxford University Press; 2011. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199795437.001.0001>.
16. Карасик В.И. Дискурсивные эмблемы как объект семиотического анализа. *Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика*. 2023; 14(4): 1122-1138. <https://doi.org/10.22363/2313-2299-2023-14-4-1122-1138>
17. Bender E.M., Gebu T., McMillan-Major A., Shmitchell S. On the Dangers of Stochastic Parrots: Can Language Models Be Too Big? *Proceedings of the 2021 ACM Conference on Fairness, Accountability, and Transparency*; 2021. p. 610-623. Доступно по: <https://dai.fmph.uniba.sk/courses/CSCTR/materials/StochasticParrots.pdf>. Ссылка активна на 17.03.2025.
18. Crystal D. *Internet Linguistics: A Student Guide*. London: Routledge; 2011. <https://doi.org/10.4324/9780203830901>.

References

1. Ivanova MV, Klushina NI, Barysheva SF, Kasperova LT, Smirnova NV. Linguacreative space of internet communication. Moscow: Flinta; 2025; 236. (In Russ.)
2. Butakova LO. Language ability, speech competence, speech activity of Generation Z representatives. *Russian Language at School*. 2021; 82(4): 61-74. <https://doi.org/10.30515/0131-6141-2021-82-4-61-74> (In Russ.)
3. Herring SC, Stein D, Virtanen T. *Introduction to the pragmatics of computer-mediated communication*. *Handbook of Pragmatics of Computer-Mediated Communication*. Berlin: De Gruyter Mouton; 2013; 31.
4. Efanov AA, Osokin AA. Social media discourse: on the problem of interpretation. *Theoretical and practical issues of journalism*. 2022; (3). Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/diskurs-sotsialnyh-media-k-probleme-interpretatsii>. (In Russ.). Accessed March 07, 2025.
5. Kubryakova ES. *On text and criteria for its definition*. Structure and semantics. Vol 1. Moscow; 2001; 72-81. (In Russ.).
6. Demyankov VZ. Semantic roles and language images. Language about language. Moscow: Yazyki russkoi kultury (Russian Culture Languages). 2000; 193-269. (In Russ.).
7. Duskaeva LR, Ivanova LY. Linguocreativity in Telegram channel paratext creation. *Vestnik of Saint Petersburg University. Language and Literature*. 2023; 20(1): 40-60. <https://doi.org/10.21638/spbu09.2023.103>.

8. Chernyavskaya VE. Text linguistics. Discourse linguistics. Moscow: URSS; 2021. (In Russ.).
9. Androutsopoulos J, Vogel F. Handbuch Sprache und digitale Kommunikation. Berlin: De Gruyter; 2024.
10. Efremov VA. On new forms of naive linguistics in the internet era. *Antropologic Forum*. 2014; (21): 74-81. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/o-novyh-formah-naivnoy-lingvistiki-v-epohu-interneta>. Accessed 11.04.2025. (In Russ.).
11. Khazova AB. Study of computer-mediated communication in linguistic aspect. *Voprosy yazykoznanija (Language Study Issues)*. 2023; (2): 144-56. <https://doi.org/10.31857/0373-658X.2023.2.144-156>.
12. Dürscheid C. *Grammatische und lexikalische Strukturen digital geschriebener Sprache*. Handbuch Sprache und digitale Kommunikation. Berlin: De Gruyter; 2024; 157-75.
13. Kubryakova ES. Language and knowledge. Moscow: Yazyki slavjanskoi kultury (Slavic Culture Languages). 2004; 560. (In Russ.).
14. Germasheva TM. Linguacreative discourse: on problem statement. *Diskurs-Pi*. 2016; (3-4). Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/lingvokreativnyy-diskurs-k-postanovke-problemy>. (In Russ.). Accessed February 15, 2025.
15. Thurlow C, Mroczek K, editors. Digital Discourse: Language in the New Media. Oxford: Oxford University Press; 2011. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199795437.001.0001>.
16. Karasik VI. Discursive emblems as an object of semiotic analysis. *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*. 2023; 14(4): 1122-38. <https://doi.org/10.22363/2313-2299-2023-14-4-1122-1138>.
17. Bender EM, Gebru T, McMillan-Major A, Shmitchell S. On the Dangers of Stochastic Parrots: Can Language Models Be Too Big? *Proceedings of the 2021 ACM Conference on Fairness, Accountability, and Transparency*; 2021. p. 610-23. Available at: <https://dai.fmph.uniba.sk/courses/CSCTR/materials/StochasticParrots.pdf>. Accessed 17.03.2025.
18. Crystal D. Internet Linguistics: A Student Guide. London: Routledge; 2011. <https://doi.org/10.4324/9780203830901>.

История статьи:

Получена: 18.04.2025

Принята: 29.04.2025

Опубликована онлайн: 25.06.2025

Article history:

Received: 18.04.2025

Accepted: 29.04.2025

Published online: 25.06.2025

Сведения об авторе:

Акай Оксана Михайловна, доктор филологических наук, профессор кафедры Иностранных языков в сфере экономики и права, Санкт-Петербургский государственный университет; Санкт-Петербург, Российская Федерация; e-mail: o.akay@spbu.ru.

Bionote:

Oksana M. Akay, Prof.Dr.habil.(Philology), Professor of the Department of Foreign Languages in the Sphere of Economics and Law, Saint Petersburg University; Saint Petersburg, Russian Federation; e-mail: o.akay@spbu.ru.



Original Paper: Herbert L. Colston. The roots of metaphor: the essence of thought. *Psychology of Language*. 2023 (14): 1197346.

Available at: <https://shs.hal.science/halshs-03877315/document>. This is an open access article distributed under the terms of Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC-BY 4.0).

Оригинальная статья

УДК 81'42+ 811.161.1

<https://doi.org/10.29025/2079-6021-2025-2-30-45>

Лингвокреативный потенциал моделей элиминации в фатических диалогах
(по данным Национального корпуса русского языка)

И.А. Кузнецов

*Российский химико-технологический университет им. Д.И. Менделеева;**125047, Российская Федерация, Москва, Миусская пл., 9;**ORCID ID: 0000-0003-1683-5507;**RSCI Author ID: 808804;**Web of Science Researcher ID: ABG-2294-2020;**Scopus Author ID: 57188835335;**SPIN-code: 4236-0979;**e-mail: igorkuznetz@gmail.com*

Аннотация: В статье представлены результаты анализа смыслообразующей роли речевых моделей структурной элиминации фрагментов реплик в фатических диалогах на русском языке. Целью исследования является изучение лингвокреативного потенциала пауз, пропусков, обрывов и умолчаний в фатических вопросно-ответных диалогических единствах в русской речи. Использован исследовательский инструментарий когнитивно-дискурсивного анализа корпусных данных. Материалом исследования является авторский подкорпус вопросно-ответных диалогических единств, извлеченных из основного корпуса в составе Национального корпуса русского языка, объемом около 400 диалогических единиц вопросно-ответного типа. Рассмотрены две группы примеров по характеру локализации структурной элиминации: (1) пропуски, остановки, заминки, hesitation (в пределах одной реплики); (2) обрывы, перебивы, умолчания (на границе между репликами). Вторая группа подразделяется в зависимости от того, актуализована ли речевая модель обрыва или умолчания в конце реплики инициатора диалога или в конце реплики адресата. Показано, что в рамках речевой актуализации разного типа диалогических единств именно в области пропусков, обрывов, пауз, умолчаний, которые обретают семиотическую значимость, реализуется значительный блок разнообразной информации об интенциях участников коммуникации, о характере их взаимоотношений, о ценностных приоритетах и речеповеденческих установках, которая не выражена непосредственно в словесном наполнении диалога. Делается вывод о том, что, в силу отсутствия возможности отразить паралингвистические аспекты устного, живого и непринужденного диалога в письменной передаче, именно элиминация структурных компонентов реплик выступает главным источником смыслообразования, одним из ведущих механизмов прагматической связности диалога, тем самым реализуя свой значительный лингвокреативный потенциал.

Ключевые слова: лингвокреативный потенциал, фатическая коммуникация, вопросно-ответное диалогическое единство, речевые модели элиминации, пропуски, умолчания, когнитивно-дискурсивный анализ корпусных данных, современная русская речь.

Для цитирования: Кузнецов И.А. Лингвокреативный потенциал моделей элиминации в фатических диалогах (по данным Национального корпуса русского языка). *Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики*. 2025. № 2. С. 30–45. <https://doi.org/10.29025/2079-6021-2025-2-30-45>.

Original Paper

<https://doi.org/10.29025/2079-6021-2025-2-30-45>

The Linguacreative Potential of Elimination Models in Phatic Dialogues (According to the Data of Russian National Corpus)

Igor A. Kuznetsov

D. Mendeleev University of Chemical Technology of Russia;

9 Miusskaya Sq., Moscow, Russian Federation, 125047;

ORCID ID: 0000-0003-1683-5507;

RSCI Author ID: 808804;

Web of Science Researcher ID: ABG-2294-2020;

Scopus Author ID: 57188835335;

SPIN-code: 4236-0979;

e-mail: igorkuznetz@gmail.com

Abstract: The work presents the results of the analysis of the sense-forming role of speech models of structural elimination of replicas fragments in phatic dialogues in Russian. The aim of the study is to examine the linguacreative potential of pauses, omissions, interruptions and paralipsis in phatic question-and-answer adjacency pairs in Russian speech. The research methods of cognitive and discursive analysis of corpus data are used. The material of the study is the author's subcorpus of question-and-answer adjacency pairs extracted from the main corpus in the Russian National Corpus, with a volume of about 400 dialogic units of the question-and-answer type. Two groups of examples are considered by the type of the localization of structural elimination: (1) omissions, stops, hesitations (within one replica); (2) interruptions, omissions, paralipsis (at the boundary between replicas). The second group is subdivided depending on whether the speech model of interruption or paralipsis is actualized at the end of the dialogue initiator's replica or at the end of the addressee's replica. It is shown that within the framework of speech actualization of different dialogic unities types, it is in the area of omissions, interruptions, pauses, paralipsis that acquire semiotic significance that a representative block of diverse information about the intentions of the participants in communication, the character of their relationships, value priorities and speech-behavioral attitudes is realized, which is not expressed directly in the verbal content of the dialogue. It is concluded that, due to the lack of the ability to reflect the paralinguistic aspects of oral, lively and relaxed dialogue in written transmission, it is the elimination of the structural components of the remark that acts as the main source of meaning-making, one of the leading mechanisms of the pragmatic coherence of the dialogue, thereby realizing its significant linguacreative potential.

Keywords: linguacreative potential, phatic communication, question-answer adjacency pairs, speech models of elimination, omissions, paralipsis, cognitive-discursive analysis of corpus data, modern Russian speech.

For citation: Kuznetsov I.A. The linguacreative potential of elimination models in phatic dialogues (according to the data of Russian national corpus). *Current Issues in Philology and Pedagogical Linguistics*. 2025, no 2, pp. 30–45. <https://doi.org/10.29025/2079-6021-2025-2-30-45>(In Russ.).

Введение

Изучение феномена лингвокреативности в последнее время оформляется в качестве особого направления междисциплинарных стратегий научного поиска в науке о языке, которое даже получило собственное наименование – «лингвистика креатива» [1]. Лингвокреативный потенциал естественного языка рассматривается сегодня как его сущностное свойство, заложенное на всех уровнях системы, а не просто как отдельные особенности речевой реализации единиц, моделей и категорий языка системы со специальными целями. Лингвокреативные свойства языковых выражений разного уровня лежат в основе активных процессов в языке [2], моделей аттрактивности интернет-контента [3], смыслообразующих и текстообразующих функций художественного, медийного, рекламного текста [4] и т.д.

Как нам представляется, большие и в значительной степени не исследованные возможности творческого использования языка таятся в моделях имплицитной передачи смысла, в том, что напрямую

не сказано, но обязательно так или иначе должно вычисляться из ближнего и дальнего контекста, из обстановки речи, в том числе с опорой на экстралингвистические (энциклопедические и культурные) знания адресата [5; 6]. Имплицитность в рамках предлагаемого исследования можно трактовать как «информацию, которая домысливается адресатом сообщения, заставляет его приложить усилия для понимания сообщения» [7: 19]. Именно имплицитная информация в дискурсе является активной зоной смыслообразования при непосредственном участии реципиента, роль которого в восстановлении «лакун» так или иначе предусмотрена говорящим или активизируется спонтанно, просто в силу импликаций дискурса, выводимых из принципов коммуникативного сотрудничества участников речевого общения. Имплицатурам дискурса, согласно предложившему этот термин Г.П. Грайсу, можно приписать следующую логическую схему вывода: «Он сказал, что *p*; нет оснований считать, что он не соблюдает постулаты или по крайней мере Принцип Кооперации; он не мог сказать *p*, если бы он не считал, что *q*; он знает (и знает, что я знаю, что он знает), что я могу понять необходимость предположения о том, что он думает, что *q*; он хочет, чтобы я думал – или хотя бы готов позволить мне думать – что *q*; итак, он имплицировал, что *q*» [8: 227-228]. Это позволяет участникам речевого взаимодействия использовать конвенциональные модели элиминации эксплицитной информации из реплик диалога и быть при этом уверенными в том, что они будут поняты.

Наши многолетние исследования фатического диалогического речевого взаимодействия [9] также позволяют поставить вопрос о лингвокреативности моделей имплицитной передачи смысла. В рамках речевой актуализации разного типа диалогических единств именно в области пропусков, обрывов, пауз, умолчаний, которые обретают семиотическую значимость, реализуется значительный блок разнообразной информации об интенциях участников коммуникации, о характере их взаимоотношений, о ценностных приоритетах и речеповеденческих установках, которая не выражена непосредственно в словесном наполнении диалога. Непосредственным предметом нашего исследования является базовый, по мнению многих ученых [10], тип диалогических единств – вопросно-ответные единства фатического характера.

Обзор литературы

Значимое в плане предпринятого исследования противопоставление информативной и фатической сторон речевого взаимодействия восходит к работам Р.О. Якобсона, который рассматривал фатическую функцию языка в числе шести основных его функций и охарактеризовал фатику как установку коммуникантов на установление контакта и поддержание межличностных отношений [11]. С точки зрения прагматики общения, фатическая сторона речевого общения значительным образом участвует в реализации Принципа вежливости Дж. Лича [12]. В свою очередь Т.Г. Винокур отмечала социально-психологический аспект фатического речевого общения, при котором собеседники ориентированы на установление взаимопонимания в рамках принципа кооперации или, напротив, на «выяснение отношений» в плане конфликтных интеракций, но и в том, и в другом случае они менее озабочены собственно информативным аспектом речевого взаимодействия [13]. При этом фатика не всегда выступает в режиме консентного, т.е. взаимно согласованного взаимодействия – также она может участвовать и в разного рода коммуникативных нарушениях, «коммуникативных провалах» [14]. Именно фатический характер диалога обуславливает повышенную роль в его протекании разного рода невербальных (паралингвистических) средств – просодии, интонационных контуров, мимики, жестов, проксемики и под., в том числе имплицитной информации.

Обзор существующих в гуманитарном знании аспектов понимания имплицитного содержания представлен в работе [7]. Разные виды имплицитной информации в тексте, основанные на имплицитном предсказании, которое понимается в логико-семантическом плане как информация, содержащаяся в неявно выраженном сообщении, которая выводится из сообщения эксплицитного с опорой на знания о мире получателя информации, описаны в работах Н.Д. Арутюновой [15]. Имплицитную информацию, порождаемую условиями успешности речевого акта, в свою очередь, охарактеризовал Дж. Р. Серль [16], а выводимую из импликаций дискурса – Г.П. Грайс [8]. Имплицитная информация оценочного типа обсуждается в работах Е.В. Чернявской [17]. Имплицитный нарратив как смыслообразующий и текстообразующий механизм художественного текста рассмотрен в работе А.Е. Агратина [6]. Особую ценность в рамках задач нашего исследования имеют и виды имплицитной информации именно в рамках диалога, обсуждаемые в известной работе Е.В. Падучевой «Прагматические аспекты связности диалога» [18]. При этом в аспекте лингвокреативных механизмов порождения смысла в зоне неявных,

скрытых областей диалога на материале именно вопросно-ответных диалогических единств данная проблема еще не нашла достаточного освещения в науке о языке.

Таким образом, **цель** настоящего исследования – проанализировать лингвокреативный потенциал пауз, пропусков, обрывов и умолчаний в фатических вопросно-ответных диалогических единствах в русской речи по корпусным данным.

Методы и материал исследования

В работе использован исследовательский инструментарий когнитивно-дискурсивного анализа корпусных данных, обоснованный в работах [4; 17], с опорой на идеи теории речевых актов [16; 19], методы экспериментальной прагматики [20] и «аффективной» прагматики [21], а также на исследовательскую модель исследования типов прагматической связности диалога в трудах Е.В. Падучевой [18].

Материалом исследования является массив примеров вопросно-ответных диалогических единств, извлеченных из основного корпуса в составе Национального корпуса русского языка¹. Составлен авторский подкорпус объемом около 400 диалогических единиц вопросно-ответного типа. Маркером для включения примера в подкорпус является наличие многоточия в вопросительной и / или ответной реплике, которое, в силу письменной передачи особенностей устной речи в основном корпусе, может считаться единственным объективным свидетельством наличия пропуска, паузы, обрыва, умолчания и других типов элиминации информации в речевом взаимодействии (при этом мы, разумеется, отдаем себе отчет, что многоточие может иметь и другие функции в письменной записи разговорного диалога, не обязательно связанные с элиминацией какого-либо фрагмента информации).

Отметим, что в материал исследования мы включаем также условно фатические диалоги, в которых фатический компонент не отменяет информативный, но присутствует в фоновой, имплицитной зоне в качестве добавочной информации об условиях ведения диалога, об отношениях коммуникантов друг к другу или к ситуации в целом и пр. Так, нередки случаи, когда со стороны инициатора диалога идет запрос на получение информации, но в речевой зоне отвечающего фиксируется переход на фатические компоненты речевого взаимодействия.

Результаты и дискуссия

Как справедливо отмечают многие исследователи речевого взаимодействия, диалогическая речь насыщена «различными обрывами, перебивами, самоисправлениями, запинками и другими нарушениями целостности речи» [22: 106]. Согласно принятой концепции исследования, все эти пропуски и паузы выражают важный для участников диалога смысл, пусть и в имплицитной форме. В работе рассматриваются две разновидности структурной элиминации компонентов реплик:

(1) элиминация в пределах одной реплики – разного рода остановки и заминки в диалогической речи, которые именуют паузы хезитации (или просто – хезитации): выделяют «хезитацию-самоперебив с целью перестройки высказывания. В части, следующей за внезапным обрывом, меняется либо способ выражения той же мысли, либо содержание высказывания, либо одно слово заменяется другим...», – и «хезитацию-обдумывание последующей части высказывания. Говорящий делает вынужденную остановку для того, чтобы спланировать свое дальнейшее сообщение, а затем продолжает рассказ, не меняя формы и содержания высказывания...» [23: 67];

(2) элиминация на границе между репликами – разного рода обрывы и умолчания, которые заканчивают иницирующую реплику (акцию) и / или ответную реплику (реакцию) – в концепции Т.Н. Колокольцевой они именуются «незавершенные высказывания», для которых характерен «обрыв синтагматической последовательности» [24: 63]; в целях нашего исследования важно, что в зону умолчания, т.е. в область имплицитных смыслов, попадает именно прагматически и семантически значимая, важная для понимания высказывания информация, например: – *Я знала, что он беспардонный! Но так говорить с ней...* [пропущено: 'плохо, недопустимо, неприлично'], даже главная часть придаточного предложения, например: – *Вы по какому делу? // — Я... я по личному вообще-то. // — Ну, если по личному...* [пропущено: '(то) я вряд ли смогу помочь в рамках моих полномочий'] (примеры Т.Н. Колокольцевой) [24].

Пропуски, остановки, заминки, хезитации (в пределах одной реплики)

Роль разнообразных пропусков внутри реплики в порождении имплицитных смыслов можно проиллюстрировать на следующем примере, где практически вся информация, которой обмениваются го-

¹ Национальный корпус русского языка [Электронный ресурс]. Доступно по: <http://ruscorpora.ru>. Ссылка активна на 01.04.2025. Russian National Corpus [Internet Source]. Available at: <http://ruscorpora.ru>. Accessed 01.04.2025.

ворящий и адресат, опускается в зону невербализованных смыслов (в письменной передаче устных диалогов подобные пропуски принято маркировать многоточиями):

«Сжимал на столе сливовый кулак. Опушенная голова была как бескровная личина. Поднял глаза на Кропину: «А ты?.. Чего же ты?..» // – «А чего – я?!» – тоже вскричал Кропин. Однако на душе стало нехорошо...» [В.М. Шапко. Время стариков // «Волга», 2010]².

В этом фрагменте именно пауза самоперебива в реплике говорящего и обрыв в реплике адресата имплицитно информируют насыщенный обмен репликами в области фатического речевого взаимодействия: упрек по поводу известных обоим коммуникантам, но не названных поступков со стороны инициатора диалога, эмоциональное возражение, несогласие с укором со стороны адресата, общий высокий эмоциональный накал диалогической интеракции, который потенциально ведет к конфликту.

Очень часто заминка в реплике говорящего и / или адресата, маркированная на письме многоточием, передает внутреннюю напряженность в речевом взаимодействии:

«И часто вы встречались?» – тупо спросил он и вдруг с ужасом обнаружил, что этот разговор если и приносит ему страдание, то все-таки какое-то тягостно-сладкое страдание, какое бывает от невыносимого зуда, который не дает тебе покоя и заставляет расчесывать до крови зудящее место. // «Ну, раз в месяц, два, – устало сказала жена. – Что еще?» // «И ты... И вы...» // – «Ну хватит! – резко оборвала она. – Это совсем не интересно» [Е.П. Касимов. Кактус по имени Коля // «Уральская новь», 2004]³.

При этом, как видим, именно в область невербализованного содержания опускается факт наличия сложных и неоднозначных межличностных отношений между коммуникантами, и как раз недоговоренность придает диалогу особую семантическую емкость и насыщенность.

По нашим наблюдениям, пропуски и заминки подобного рода могут выражать разные смыслообразующие функции. Так, в следующем примере мы видим, как именно пауза хезитации выступает как сигнал от информативного режима ведения диалога в фатический, т.е. перехода к обсуждению внутреннего состояния адресата, например:

«Она взяла меня за руки и потянула в палатку, где совсем недавно была убита женщина мертвого господина. «Там спокойно, до утра никто не посмеет войти», – сказала она. // «Но меня убьют!» – возразил я. // «Одного – нет, вместе со мной – могут... Ты боишься, египтянин?» – «Конечно. Я же еще не старик и вполне здоров» [Геннадий Николаев. Вещие сны тихого психа // «Звезда», 2002]⁴.

Семиотически значимый пропуск может быть маркером имплицитного предсказания [15] подразумеваемой, но не вербализуемой информации, сопутствующей вербализованной или выводимой из нее по правилам логического следования, например:

«Потом уже помню себя в электричке. В кармане ни паспорта, ни денег, ни сигарет. Как-то в метро очутился. Выхожу в Купчине – тут, конечно, менты: «Откуда такой красавец?» // – «С концерта...» // – «А-а, музыкант!.. Наркотики есть?». // Кое-как сделал приличную харю и с чувством так заявляю: «Я к-ка-те-го-ри-чес-ки п-против наркотиков!!!» – и рукой делаю, как Ленин. Поверили, отпустили» [Бомба из «Камчатки» (2004) // «Хулиган», 15.08.2004]⁵.

Здесь в маркированной многоточием зоне инференции – нестрогое умозаключение, выводимого из эксплицитного сообщения [4; 18], для реплики «А-а, музыкант!.. Наркотики есть?», имплицитно характеризуется информация, которая присуща образу мышления милиционеров как участников диалога: «музыканты обычно имеют проблемы с употреблением наркотических средств».

Пропуски могут выполнять функцию эвфемизации речи, когда именно пауза выступает сигналом негативной характеристики объекта речи, которая в дальнейшем вербализуется, например:

«– Обыкновенно живёт, как все. Раньше пил, теперь бросил. Жена от него ушла, он с дочерью остался. Она у него... как сказать? – Мансур покрутил у виска. — Не в себе немного... // — Далеко его дом? // – Не, тут у нас все близко» [Евгений Чижов. Перевод с подстрочника (2012)]⁶.

² Там же. Ibid.

³ Там же. Ibid.

⁴ Там же. Ibid.

⁵ Там же. Ibid.

⁶ Там же. Ibid.

В данном примере вербализация ненормальности дочери старика сопровождается соответствующим жестом в ремарке в словах автора («Мансур покрутил у виска»).

Богатые смыслообразующие возможности имеются у пропусков подобного рода для имплицитного указания на специально не вербализуемую информацию в формате намека, например:

«—Ты, Клава, чего?» // — «Да так... вспомнила чего-то!» [Валерий Попов. Свободное плавание // «Звезда», 2003]⁷.

С помощью намека на некоторые смутно известные обстоятельства в этом случае может реализоваться и коммуникативная стратегия отказа продолжать коммуникацию на заданную инициатором диалога тему.

В речевой зоне инициатора диалога пауза-заминка может сигнализировать о коммуникативной стратегии признания или даже саморазоблачения, когда предвещает негативную характеристику говорящим своей собственной личности, например:

«Ну, а если бы ты сейчас узнала, что я тоже... негодяй?.. Что бы ты сделала?», // — «Я? Бросила бы тебя!» [Я.Г. Солонин. Располагайтесь // «Волга», 2014]⁸.

В этих случаях заминки и пропуски выражают психологическую сложность для говорящего в открытом признании себя недостойным человеком, внутренние колебания перед предстоящим саморазоблачением, причем посредством инвективной лексемы.

Широко представлены в нашем материале и хезитации-припоминания, когда говорящий берет паузу, чтобы вспомнить выпавшее из памяти название (при этом, как видно из примера ниже, не всегда делает это удачно):

«Публика может и не знать всех этих песен по названиям (за спиной шептали: «Это в фильме «Мария, Мирабела», что ли, играло?» // — «Нет, это эти... баварские зонтики»)» [Олег Голов. Мирей Матье была похожа на Фрэнка Синатру (2002) // «Известия», 28.04.2002]⁹.

Близкой по функции к описанной выше хезитации-припоминанию выступает хезитация-понимание (внезапное озарение, догадка), например:

«Глаза парня начинают высыхать. // — Ты чего? — спрашивает Матвейка. // Парень стыдливо пожимает плечами. // — А-а... — понимает Матвейка — Прошибло?» [Ю.И. Лунин. Три века русской поэзии // «Волга», 2016]¹⁰.

Рассмотренные в уже цитированной работе [23] хезитации-обдумывания отражают размышления отвечающего, который выражает этой паузой целый комплекс мыслей и переживаний, например:

«— А Рита где? // — Рита? — Ганин задумался. — Ты знаешь... она еще не вернулась» [Татьяна Тронева. Никогда не говори «навсегда» (2004)]¹¹.

Подобные самоперебивы чаще всего предназначены для имплицитного выражения эмоциональной напряженности, взволнованности, при котором внутреннее состояние говорящего передается не только эксплицитно, но и посредством паузы-заминки, например:

«Артем вопросительно посмотрел на Данилу. // — Все, пришли, — подтвердил тот, и добавил с надеждой в голосе, — Ну, как? // — Ну так... Страшно, — не сообразив сразу, чего от него хотел напарник, признался Артем» [Дмитрий Глуховский. Метро 2033 (2005)]¹².

Такая пауза-заминка часто используется в ответной реплике при эмоциональном выражении подтверждения мысли собеседника или согласия с ним:

«— ...Тогда давайте по вторникам, как раньше, — просительно сказал Петя. // — По вторникам? — Виктор Сергеевич озабоченно задумался, но тут же махнул рукой, идя на уступку: — Ну что с вами делать... По вторникам так по вторникам» [Андрей Волос. Из жизни одноглавого // «Октябрь», 2013]¹³.

⁷ Там же. Ibid.

⁸ Там же. Ibid.

⁹ Там же. Ibid.

¹⁰ Там же. Ibid.

¹¹ Там же. Ibid.

¹² Там же. Ibid.

¹³ Там же. Ibid.

Смысловая емкость указанных пауз-заминок заключается в том, что отвечающим параллельно, так сказать одномоментно, выражается и подтверждение слов собеседника, и подтверждение своих собственных мыслей, например:

«– Тая. Ты в порядке? // – Да-да... Голова чего-то закружилась» [Александр Гаррос, Алексей Евдокимов. Новая жизнь. Святочная повесть (2005)]¹⁴;

«Одно время были люди, отрабатывали ЧП – нырять в газопровод и прочее, но это, считает Андрей, бред. // – «С дельфинами то же самое?» // – «Естественно... Конечно, можно обучить дельфина находить диверсанта в Севастопольской бухте» [Анатолий Цирульников. Профессия дельфинер // «Знание — сила», 2003]¹⁵.

С помощью приема нагромождения хезитаций-обдумываний, припоминаний, узнаваний в диалогическом тексте могут передаваться своего рода «мысли вслух» говорящего, т.е. обнажается сам процесс мучительного поиска слов для выражения своих чувств, для передачи своего состояния:

«Пришла Алена с тортом. После торта все выглядит как-то иначе, легче... пожалуй, я все-таки посоветуюсь с Аленой. // – Алена, а я... а он... а у нас... а что, если Андрей... а? – спросила я. // – Что «а»? – Алена доедала торт. Замечательно, что она так уверена в Никите, что может съесть целый торт. // – Прости, что я тебе напоминаю о неприятном, но... помнишь тогда, давно... Как ты узнала, что Никита тебе изменяет? – робко спросила я. – Ты что-нибудь почувствовала?» [Е.В. Колина. Дневник измены (2011)]¹⁶.

Указанное нагромождение пауз может быть, так сказать, распределено по разным речевым зонам – по репликам и инициатора диалога, и отвечающего, например:

«– А вот прикрой глаза – дай, я тебя за руку возьму, чтоб ты не споткнулся... Видишь что-нибудь? – заинтересованно спросил тот, мягко сжимая Артемово запястье. // – Нет, ничего не вижу, сквозь веки только немного света от фонариков, – послушно зажмурившись, немного разочарованно сказал Артем, и вдруг тихо вскрикнул. // – Вот, пробрало! – удовлетворенно отметил Хан. Красиво, да? // – Потрясающе... Это как тогда... Нет потолка и все синее такое... Боже мой, красота какая... И как дышится-то!» [Дмитрий Глуховский. Метро 2033 (2005)]¹⁷.

Здесь в зоне инициатора диалога актуализуется «хезитация-самоперебив с целью перестройки высказывания» [23: 67], в которой пауза (на письме – многоточие) сигнализирует о перемене регистра последующего фрагмента высказывания инициатора диалога – от описания своих намерений до вопроса к собеседнику о том, что тот видит. В речевой зоне отвечающего, в свою очередь, нагромождение пауз передает взволнованное восхищение увиденным, положительную эмоционально-оценочную реакцию. Именно посредством хезитаций здесь имплицитно передается семантически емкая и экспрессивная информация о том, что отвечающего переполняют чувства – под впечатлением от того, что открылось его взгляду. Хезитации передают сбивчивый ритм речи, когда говорящий ищет слова для выражения невыразимого.

Обрывы, перебивы, умолчания (на границе между репликами)

Пропуски (на письме – многоточия) в конце инициативной и / или реактивной реплики на структурном уровне маркируют разного рода обрывы коммуникации, т.е. передачу права говорить следующему участнику диалога, а в семантическом плане выражают разнообразные интенции коммуникантов, их отношения друг к другу, к обсуждаемой теме или ситуации общения в целом, их внутреннее состояние в момент порождения и восприятия речи. Их смыслообразующая роль различается в зависимости от того, в чьей речевой зоне фиксируется обрыв – в реплике инициатора диалога или в реплике адресата.

Модели умолчания в речевой зоне инициатора диалога. Так, например, обрыв реплики в зоне инициатора диалога может маркировать значимость запрашиваемой информации, активировать речевой акт пояснения или разъяснения в речевой зоне отвечающего:

«Знаешь ли ты, что биомасса червей во много раз превышает биомассу всего живого на Земле?» // – «И слонов?..» // – «У слонов-то как раз самая маленькая биомасса» [Андрей Битов. Что-то с любовью... // «Октябрь», 2013]¹⁸.

¹⁴ Там же. Ibid.

¹⁵ Там же. Ibid.

¹⁶ Там же. Ibid.

¹⁷ Там же. Ibid.

¹⁸ Там же. Ibid.

Также обрыв вопросительной реплики может имплицировать личную заинтересованность инициатора диалога в получении запрашиваемой информации, акцентируя, усиливая иллюкутивную силу вопроса:

«Когда я категорически отказался от предложенных за работу денег, полковник взял мое удостоверение ссыльного и в фразе «Обязан каждое первое и пятнадцатое число месяца являться на отметку» вычеркнул пятнадцатое число!.. О большом подарке я и не мог мечтать! На радостях пошутил тогда: «Может быть, вы заодно и первое число вычеркнете?..» // – «Сие не в моей власти» [Георгий Жженов. Прожитое (2002)]¹⁹.

В таких случаях фигура умолчания активизирует позицию адресата, приглашает его к заполнению образовавшейся «лакуны» в речевом взаимодействии. Особенно это важно для информативного вопроса, который может так или иначе переходить в режим фатики в ответной реплике адресата:

«... Вдруг где-то вдали раздался слабый звук выстрела. Прислушались... Перкун просипел: «Кого-то подстрелили?..» // – «Эхо», – пробормотал Шишюк» [В.Ю. Кунгурцева. Похождения Вани Житного, или Волшебный мел (2007)]²⁰.

Внутреннее сомнение инициатора диалога в содержании собственного вопроса отражается в фигуре умолчания, которой сопровождается вопросительная реплика, содержащее имплицитное утверждение. Многоотчие в этом случае предвосхищает эмоциональное подтверждение этого утверждения отвечающим:

«У нас как-то шел разговор о том, что в комнате слишком много света и солнца (это было уже в новой квартире на Муринском проспекте), что вредит графике (рисункам, гравюрам и акварелям) на стенах: они выгорают. // «А как быть?» – спросила Л. Я. // Я объяснила, что коллекционеры, если они имеют несчастье жить в современных квартирах, заводят тонкие занавески, тюлевые, например, и вообще их не одергивают. // «Но для вас это невозможно ведь?..» // – «Нет! – воскликнула Л. Я. – Я их сожгу!..» [Елена Кумпан. Вспоминая Лидию Яковлевну // «Звезда», 2002]²¹.

Многоотчие на границе реплики в зоне инициатора диалога может актуализировать речевую модель перебива в речевой зоне адресата, при которой, например, реализуется коммуникативная тактика пере-спроса – «ответа вопросом на вопрос» [9] как попытка идентифицировать национальную принадлежность референта:

«– У меня дед по материнской линии был молдаванином. Профессор химии, жил в дореволюционном Тамбове. Александр Николаевич Бузни. Смоляная борода, густые черные волосы... // – Молдаванин? – Катька вырвала у меня травинку. – Ну и коктейльчик! <...> И ты считаешь себя русским? // – А кем же еще!..» [Д.Н. Каралис. Записки ретро-разведчика (Из варяг в греки) // «Нева», 2003]²².

Подобный «ответ вопросом на вопрос» на самом деле может иметь разные функции, в том числе обозначать «выход на метауровень» в зоне адресата, т.е. обсуждения самого характера речевого акта спрашивающего, его тона или интенциональности [9], что, собственно, и переводит данное речевое взаимодействие в разряд фатики, например:

«Он знал ее уже почти полгода перед тем, как осмелился позвонить и спросить с ходу: Поедешь со мною в Крым?..» // – «Это что – приказ? – отвечала она со смехом» [С.А. Самсонов. Аномалия Камлаева (2006-2007)]²³.

Во всех указанных случаях можно говорить о смысловой емкости подобной фигуры умолчания, которая заключается в том, что имплицитно передаются и особенности внутреннего состояния говорящего – сомнение, неуверенность в ожидаемом положительном результате, с одной стороны, и сильное желание добиться положительного ответа – с другой.

Аналогичным образом в речевой модели перебива в вопросительной реплике маркируется ситуативная неуверенность говорящего, возможная неловкость, где многоотчием маркируется уточняющий «ответ вопросом на вопрос»:

¹⁹ Там же. Ibid.

²⁰ Там же. Ibid.

²¹ Там же. Ibid.

²² Там же. Ibid.

²³ Там же. Ibid.

«А Володя встает и представляет: «Знакомься, Дима, моя дочь Валя из Сасова...». // – «Откуда?». // – «Это город такой, там сасовское подполье было...» – робея, сообщает милая девушка» [Ю.М. Поляков. Гипсовый трубоч: дубль два (2010)]²⁴.

При этом фигура умолчания на границе вопросительной реплики как сигнал внутренней незаконченности коммуникации для инициатора диалога может сопровождаться разного рода речевыми повторами как средствами прагматической связности диалога [18], которые содержатся в ответной подтверждающей реплике «ответа вопросом на вопрос», например:

«Вышел я к ним. Они говорят: «Разбудили?...». // – «Разбудили, – отвечаю. Спасибо», – и прочитал наизусть все стихотворение» [Борис Екимов. Предполагаем жить // «Новый мир», 2008];

– или в разного рода уточняющих репликах по модели «ответа вопросом на вопрос», например:

«...Достоевского читаешь, что, любимый писатель?» – спросила я как-то Вадима. // «Да не, ну надо же знать, о чем. В школе ломало, а тут друг по «Аврелию», ну, по клубу, подкинул мне список...» // – «Список?» – «Ну, что должен знать культурный человек» [Наталья Щербина. Перестук Каблуков (2002)]²⁵;

«– Ой, что же мне делать? – мелодичным голосом произнесла девушка. – Вы бы не могли мне помочь? Вызвать эвакуатор, что ли... // – Зачем эвакуатор? – Сергей вылез из машины. – Запаска есть?» [Даниил Корецкий. Менты не ангелы, но... (2011)]²⁶.

Речевая модель перебива, маркированная многоточием в конце вопросительной реплики, может имплицитно выражать завязку конфликтной интеракции, например, предвосхищать эмоциональное возражение со стороны адресата, например:

«Послушайте, батенька, – спрашивает рыдающего раздраженный сухой полковник, подвизающийся на тайне, – а кто, собственно, мешал вам вести дневник? Исключительно ваша лень?...» – «Но поймите, я вел дневник, вел! – кричит он» [Ю.М. Кокошко. Любовь к восемьдесят пятому году // «Уральская новь», 2002]²⁷;

«Говорит мне: «Слышал, ты трудоустраиваешь?...». // – «Нет!» – я сказал ему» [Валерий Попов. Ты забыла свое крыло // «Октябрь», 2013]²⁸.

Особую группу в нашем материале составили примеры, которые в уже цитированной работе Т.Н. Колокольцевой квалифицируются как «незавершенные высказывания» [24: 63], когда элиминируется значимая информация, которая восстанавливается из общей обстановки речи. В нашем случае интересны фрагменты, когда обрыв в конце вопросительной реплики инициатора диалога приходится на служебное слово – союз (импликации в этой ситуации подлежат целая пропозиция):

«Поющий луг. Сценарий. Роман и Соня». // – «Да. Вспомнил». // – «Ну и?...» – «Я вас слушаю» [Сергей Шикера. Выбор натуры // «Волга», 2014]²⁹, – здесь имплицитно пропущенная пропозиция: «каковы будут ваши дальнейшие действия?»;

«Начальник спросил: – Что у тебя с руками случилось? // – Ничего, – говорю, – дикие грибы вот собирал. // – И...? // – Они сопротивлялись» [kitya_karlson. Записи в Живом Журнале // 2013]³⁰, – здесь имплицитно пропущенная пропозиция: «каким образом этот факт связан с поврежденными руками?».

При кажущейся языковой аномальности [2; 4] подобных обрывов реплики на союзе диалогические модели подобного типа широко распространены в непринужденной разговорной речи, что доказывает возможность безошибочного восстановления имплицитной информации (даже такого значительного объема) из конвенций общения, принятых в обществе, – благодаря тому, что эти возможности входят в коммуникативную компетенцию говорящих по-русски.

Модели умолчания в речевой зоне адресата. Использование фигур умолчания и разного рода обрывов в речевой зоне адресата в ряде случаев функционально совпадает с использованием их в зоне инициатора диалога, а в ряде случаев может иметь свои, специфические функции.

²⁴ Там же. Ibid.

²⁵ Там же. Ibid.

²⁶ Там же. Ibid.

²⁷ Там же. Ibid.

²⁸ Там же. Ibid.

²⁹ Там же. Ibid.

³⁰ Там же. Ibid.

В частности, в нашем материале имеется много примеров, когда маркированный многоточием на письме обрыв коммуникации в зоне адресата сигнализирует о том, что данный коммуникативный акт закончен:

«С полчасика посидели. Сперанский стал собираться. // «Что тебе привезти?» // – «Ничего не хочу!» // – «Ну, может, хоть мандаринов?» // – «Хорошо, принеси...». // Сперанский поднялся и, не оглядываясь, пошел к выходу» [Михаил Окунь. Дикое поле (2013) // «Волга», 2014]³¹;

«А что здесь делают поливальные машины?» // – «Территорию метят, собаки...». // Мы уже привыкли, что поливальная, мусорная и прочая снегоуборочная техника ездит действительно по «территории», а не только по проезжей части» [Хасан Ганиев, Дмитрий Гронский. Левый марш (2002) // «Автопилот», 15.03.2002]³²;

«Я к нему подсел: «Извините, вы не Вася Канарейка?» // Он вздрогнул: «Да, а что?» // – «А вы не помните 50-е годы, такой-то двор?» // – «Кудрявый, это ты?..» Пошли ко мне домой, выпили» [Виктория Волошина. Игорь Шадхан: «Говорят, вы с Путиным на дружеской ноге?» (2002) // «Известия», 08.10.2002]³³.

Речевая модель умолчания в зоне адресата может маркировать нежелание продолжать коммуникацию на заданную тему в данной обстановке, например:

«Некоторые на этот счет настораживались и, пока он придирчиво сверял фотографию на пропуске с оригиналом, заводили разговор из довоенного: «А что, Степ, помнится, у тебя столетник в зеленой кастрюльке на подоконнике стоял. Так я бы зашла после смены за отростком?» // – «Эко, хватилась...» – махнул он рукой, возвращая пропуск, и даже вслед не взглянет» [В.А. Мухарьямов. Брагины // «Волга», 2009]³⁴;

«К прошлому Новому году Сергей накопил пятьдесят тысяч долларов. За праздничным столом домочадцы резвились, строили планы. // «Двухкомнатную, в нашем же районе! Алине еще четыре года учиться, ты не забыла?» // – «Мама, но она к вам будет приходить уроки учить!» // – «Не хочу, чтобы Алина жила не с нами...» <... > За окном гремел гром, блистали китайские молнии. Пришел новый год!» [Евгения Пищикова. Пятиэтажная Россия (2007) // «Русская Жизнь», 2008]³⁵.

Здесь в области имплицитных смыслов присутствует невербализованный и нерасчлененный комплекс эмоциональных переживаний отвечающего, о точном значении которого можно только догадываться. Как видим, и в этой ситуации именно недоговоренность семиотически значима, она порождает смысловую емкость.

При этом в область имплицитной информации в речевой зоне адресата может опускаться прагматически значимая информация о внутреннем состоянии отвечающего, о его мотивации, например, сомнения отвечающего или его несогласия с инициатором диалога:

«Я начинаю родителям объяснять: «Вы знаете, что у вас девочка гениальная?» // – «Ха-ха-ха, – говорят, – да ну...» [Юлия Капишникова. Львиный зев // «Пятое измерение», 2002]³⁶.

Фигура умолчания в речевой зоне отвечающего также может участвовать в имплицитном выражении противоположной точки зрения:

«Вспоминается классик с его миниатюрой: «Какое у вас мнение?» // – «Да уж не такое, как у вас...» [Ольга Филина, Борис Гладарев. Сварливая немоча // «Огонек», 2014]³⁷.

Фатический компонент в этом диалоге связан с актуализацией негативной оценки мнения инициатора диалога, так сказать, «по умолчанию», в зоне инференции: 'у такого, как вы, не может быть правильного мнения в принципе'.

Инициатива обрыва коммуникации в этих случаях принадлежит именно отвечающему – по причине соответствующего внутреннего состояния, например, возмущения, которое в фигуре умолчания имплицитно выражается речевым актом упрека, например:

³¹ Там же. Ibid.

³² Там же. Ibid.

³³ Там же. Ibid.

³⁴ Там же. Ibid.

³⁵ Там же. Ibid.

³⁶ Там же. Ibid.

³⁷ Там же. Ibid.

«Он уставился на меня обалдело. «Какой кикиморы?» // – «Но ты ведь называешь тетю Наташу кикиморой?» // И тут я увидел, как лицо моего сына мгновенно и на глазах – как светочувствительная бумага – покрывается темной краской, начиная с ушей. // «Ты читал дневник? – вскрикнул он. – Как же ты мог...» // Его лицо исказилось, глаза сузились, я увидел бешеное презрение, и это был его истинный взгляд» [Юрий Трифонов. Предварительные итоги (1970)]³⁸.

Также фигура умолчания в речевой зоне отвечающего может имплицировать сигнал перемены темы по инициативе спрашивающего, например:

«– Всё, считайте, эта связь обрублена. Поздравляю!» // – «А у нас с ним была связь?» – «У нас с ним отличная могла бы быть связь! Знаете, на ком женат его младший брат? На чьей сестре?» // – «Я даже не знаю, что у него есть брат...» // – «А что вы вообще знаете? Живете как во сне!» [Сергей Шикера. Выбор натуры // «Волга», 2014]³⁹.

Интересным случаем выражения имплицитных смыслов посредством фигуры умолчания является модель полной элиминации реплики, что на письме передается одним знаком препинания, без слов, например:

«Однажды в коридоре Союза писателей он увидел, как в заветную дверь вошла незнакомая старушка, и услышал следующий разговор: «Вы по какому списку?» // – «...» // – «Вы прозаик или поэт?» – «Я, собственно, написала одно стихотворение...» // – «???» // – «В лесу родилась елочка...» [Коллекция рассказов мемориальных // «Наука и жизнь», 2007]⁴⁰;

«Менеджер посчитал: «Через год вы получите первую прибыль, а через два вы закроетесь» // – «?» // – «Потому что китайцы завалят Россию более дешевым льном» [Н.В. Горланова. Дневник (2007)]⁴¹.

Таким способом имплицировается информация, которая в ситуации устного диалога передавалась бы паралингвистическими средствами – жестом, мимикой. В письменной передаче устного диалога такая возможность отсутствует. Именно это и делает «вербально пустые» реплики источником порождения имплицитных смыслов значительного объема и содержательного разнообразия.

Как уже говорилось ранее, ряд смыслообразующих функций моделей умолчания в речевой зоне адресата являются схожими с функциями умолчания в речевой зоне инициатора диалога. Это, например, передача эмоционального состояния адресата в потенциально или реально конфликтной коммуникативной ситуации:

«Из трубки неслись шум, музыка, веселые женские крики. «Алло». // – «Андрей, вы?» // – «Я». // – «Извините, конечно, но что это всё значит? Какие еще сорежиссеры? Или я что-то не понял?» // – «Это не моя инициатива...» – как можно тише произнес Сараев. // – «Надеюсь. В общем объясните ему – кто он там? – что он не по адресу, и точка». Вадим дал отбой» [Сергей Шикера. Выбор натуры // «Волга», 2014]⁴²;

«А мама ругалась. Возле мамы чего не сделаешь! А ей надо было больше заботиться о маленьких. // «Ты, кобыла здоровая, зачем надкусила пряник?» // – «Это не я...» // – «Бреешь – зубы твои отпечатались». Крыть нечем» [Нонна Мордюкова. Казачка (2005)]⁴³.

Также посредством фигуры умолчания в речевой зоне адресата может быть реализована коммуникативная стратегия многозначительной недоговоренности:

«Чем поделилась?» // – «Сокровенным...» [Елена Чижова. Лавра // «Звезда», 2002]⁴⁴;

«– А что со Славой было? – спросил Глеб. // – Со Славой? – Орли курила. – Трудно сказать...» [Алексей Иванов. Комьюнити (2012)]⁴⁵;

– или коммуникативная стратегия намека:

³⁸ Там же. Ibid.

³⁹ Там же. Ibid.

⁴⁰ Там же. Ibid.

⁴¹ Там же. Ibid.

⁴² Там же. Ibid.

⁴³ Там же. Ibid.

⁴⁴ Там же. Ibid.

⁴⁵ Там же. Ibid.

«В конце 1985 года я направил специальную записку о необходимости разделения партии на две. // «Кому направили?» // – «Ну, скажем так, наверх...» // Заговорили о Горбачеве» [Александр Борин. Воспоминания литератора // «Звезда», 2002]⁴⁶.

Также в нашем материале представлены примеры, когда в речевой зоне адресата, по аналогии с речевой зоной инициатора диалога, имеются рассмотренные в работе Т.Н. Колокольцевой «незавершенные высказывания» [24: 63], в которых элиминируются целые предикации или информационно значимые непредикативные фрагменты высказывания, которые могут быть нестрогим образом восстановлены из содержания или обстановки речи, например:

«Стакан в подстаканнике теперь не звенит, его заменили аккуратные чашечки, но все остальное в фирменном синем поезде милое, знакомое – почти как раньше, только лучше. И разговоры те же: «А вы в первый раз?» // – «А вот я помню...» [Юлия Пешкова. Машина времени «Москва—Таллинн» (2002) // «Домовой», 04.04.2002]⁴⁷, – здесь при делиберативе *помнить* имплицитируются пропущенные пропозиции, составляющие содержание воспоминаний;

«Признаться по правде, – все тем же хриплым голосом продолжал Павел, – я до сих пор не понимаю, как вас тогда угораздило передать ей мои слова? Хорошо еще, что она поверила мне, а не вам. И вообще...» // «Что? – Ада Борисовна выпрямилась в кресле. – Я хочу, чтоб вы знали: с тех пор многое изменилось...». // Павел замолчал, собираясь с мыслями» [Олег Сон. Минуты молчания // «Волга», 2013]⁴⁸, – здесь при обобщающем слове *многое* имплицитируется пропущенный ряд словосочетаний или предложений, которые конкретизируют его содержание.

Подобные диалогические модели обладают повышенной емкостью, потому что, помимо имплицитной содержательной информации, они выражают – опять же имплицитным образом – еще и определенное внутреннее эмоциональное состояние отвечающего, как в следующем примере:

«Это была мука, потому что каждый раз я ее к понедельнику отвозил к первому уроку истории, и она говорит: «У меня опять» // – «У тебя опять история?» // – «У меня опять...» [Николай Солодников, Тамара Эйдельман, Сергей Бунтман. Как правильно преподавать историю в школе? (2017.09)]⁴⁹, – здесь имплицитируется пропущенный логический субъект *история*, но сама стилистическая фигура повтора, наряду с семиотически значимым пропуском, актуализует напряженное психологическое состояние неприятия неблагоприятной для говорящего повторяющейся ситуации.

В целом проанализированные речевые модели пауз, пропусков, обрывов и умолчаний активно употребляются при передаче на письме живой диалогической коммуникации, о чем свидетельствуют примеры актуализации сразу нескольких моделей в пределах одного акта интеракции, когда они к тому же распределяются по речевым зонам инициатора диалога и адресата:

«Что я скажу Палне... она же меня растопчет! А Лялька мне теперь без конца звонит... может, у нее уже появились симптомы... Да, кстати. Можно, я у вас перекантуюсь денька три?...» // – «Спрашивай у Наташи...» // – «Спроси ты...» // Потом пришла Рита. Тоже с сюрпризом. Кающаяся Маргарита» [Дарья Симонова. Шанкр (2002)]⁵⁰.

В речевой зоне инициатора диалога заминки между фрагментами реплики имплицитно выражают его взволнованность при рассказе о прошедших событиях, а фигура умолчания в конце реплики указывает на тревожное ожидание желаемого положительного ответа от собеседника и неуверенность в нем. Обрыв в реплике адресата указывает на экспрессивное уклонение от ответственности за принятие решения. Настойчивая просьба в новой реплике инициатора диалога сопровождается фигурой умолчания как маркером формальной законченности коммуникации, который реально имплицитирует недоговоренность, своего рода «недовыясненность» отношений между коммуникантами. В своей совокупности подобное нагромождение разнотипных моделей элиминации информации в рамках одного коммуникативного акта создает целостный образ подспудной напряженности в диалогическом взаимодействии коммуникантов, которое скрыто исключительно в области имплицитных смыслов.

⁴⁶ Там же. Ibid.

⁴⁷ Там же. Ibid.

⁴⁸ Там же. Ibid.

⁴⁹ Там же. Ibid.

⁵⁰ Там же. Ibid.

Заключение

Как показало проведенное исследование, разнообразные речевые модели пауз, пропусков, обрывов и умолчаний в фатических диалогах являются семиотически значимыми и обладают многочисленными смыслообразующими функциями в плане передачи имплицитной информации, прежде всего о характере протекания речевого общения, о межличностных отношениях коммуникантов, их прагматических установках, внутреннем состоянии, чувствах и эмоциях, что и актуализует фатическую сторону речевого взаимодействия. В силу отсутствия возможности отразить паралингвистические аспекты устного, живого и непринужденного, диалога в письменной передаче именно элиминация структурных компонентов реплик выступает в этом случае главным источником смыслообразования, одним из ведущих механизмов прагматической связности диалога, тем самым реализует свой значительный лингвокреативный потенциал.

Список литературы

1. *Лингвистика креатива-1*: коллективная монография / под общей редакцией Т.А. Гридиной. Екатеринбург: ФГБОУ ВО «Уральский государственный педагогический университет», 2013. Доступно по: <http://elar.uspu.ru/bitstream/uspu/5958/1/mon00079.pdf>. Ссылка активна на 01.04.2025.
2. *Новые тенденции в русском языке начала XXI века*: коллективная монография / под ред. Л.В. Рацибурской. М.: Флинта; Наука, 2016. Доступно по: <https://e.lanbook.com/book/232472>. Ссылка активна на 01.04.2025.
3. Радбиль Т.Б., Помазов А.И. Прецедентные феномены как средство создания аттрактивности в поликодовом тексте Интернета. *Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2, Языкознание*. 2020, 19, 1: 140–153. <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2020.1.12>.
4. *Русский язык в интернет-коммуникации: лингвокогнитивный и прагматический аспекты*: коллективная монография / под ред. Л.В. Рацибурской. М.: Флинта, 2021. Доступно по: <https://e.lanbook.com/book/182052>. Ссылка активна на 01.04.2025.
5. Carston R. Implicature, Explicature, and Truth-Theoretic Semantics. *Mental Representations: The Interface between Language and Reality*, col. art.. Cambridge, Cambridge University Press, 1988: 155–181. Доступно по: <https://www.semanticscholar.org/paper/Implicature%2C-explicature-and-truth-theoretic-Carston/0a37724eb6636353b7a70f098eae25da43de2188>. Ссылка активна на 01.04.2025.
6. Агратин А.Е. Поэтика имплицитного повествования: в поисках теоретической модели. *Вестник Томского государственного университета*. 2018, 428: 5–11. <https://doi.org/10.17223/15617793/428/1>. Ссылка активна на 01.04.2025.
7. Барышева А.И. Имплицитность в тексте и аспекты ее анализа. *Филологические науки. Вопросы теории и практики*. 2015, 8 (50), 1: 18–20. Доступно по: www.gramota.net/materials/2/2015/8-1/3.html. Ссылка активна на 01.04.2025. Ссылка активна на 01.04.2025.
8. Грайс Г.П. Логика и речевое общение. *Новое в зарубежной лингвистике: Вып. 16. Лингвистическая прагматика*. М.: Прогресс, 1985: 217–237. Доступно по: <https://kant.narod.ru/grice.htm>. Ссылка активна на 01.04.2025.
9. Кузнецов И.А. Прагматические типы вопросно-ответных единств в фатическом диалогическом взаимодействии на русском языке. *Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского*. 2024, 3: 196–202. https://doi.org/10.52452/19931778_2024_3_196.
10. Баранов А.Н., Крейдлин Г.Е. Структура диалогического текста: лексические показатели минимальных диалогов. *Вопросы языкознания*. 1992, 3: 8–17. Доступно по: <https://vja.ruslang.ru/ru/archive/1992-3/84-93>. Ссылка активна на 01.04.2025.
11. Якобсон Р.О. Лингвистика и поэтика. *Структурализм: «за» и «против»: Сборник статей: Пер. с англ., франц., нем., чеш., польск. и болг. яз. / Сост. М.Я. Полякова; под ред. Е.Я. Басина и М.Я. Полякова. М.: Прогресс, 1975: 190–230. Доступно по: <https://liconism.com/images/documents/1035/Якобсон%20Лингвистика%20и%20поэтика.pdf>. Ссылка активна на 01.04.2025.*
12. Leech GN. *Principles of Pragmatics*. London, New York, Longman, 1983. 250 p. <https://doi.org/10.1017/S0272263100005210>.
13. Винокур Т.Г. Информативная и фатическая речь как обнаружение разных коммуникативных намерений говорящего и слушающего. *Русский язык в его функционировании. Коммуникативно-прагматический аспект* / Под ред. Е.А. Земской, Д.Н. Шмелева; Российская акад. наук, Ин-т русского языка

им. В.В. Виноградова. М.: Наука, 1993: 5–29. Доступно по: https://www.academia.edu/110734738/Русский_язык_в_его_функционировании_Коммуникативно_прагматический_аспект. Ссылка активна на 01.04.2025.

14. Cobley P. Communication Breakdown. *Language & Communication*. 2004, 24: 277–289. Доступно по: https://www.academia.edu/323837/Communication_Breakdown. Ссылка активна на 01.04.2025.

15. Арутюнова Н.Д. *Предложение и его смысл*. М.: Наука, 1976. Доступно по: <https://www.booksite.ru/fulltext/arutynova/text.pdf>. Ссылка активна на 01.04.2025.

16. Серль Дж.Р. Что такое речевой акт? *Новое в зарубежной лингвистике: Вып. 17. Теория речевых актов* / Сост. и вступ.ст. И.М. Кобозевой и В.З. Демьянкова; общ. ред. Б.Ю. Городецкого. М.: Прогресс, 1986: 151–169. Доступно по: https://www.booksite.ru/fulltext/novoe_v_zarub/index.htm. Ссылка активна на 01.04.2025.

17. Чернявская В.Е. Деонтическое значение и прагматика переименований в практике политической корректности. *Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация*. 2023, 21, 3: 58–72. <https://doi.org/10.25205/1818-7935-2023-21-3-58-72>. Ссылка активна на 01.04.2025.

18. Падучева Е.В. Прагматические аспекты связности диалога. *Известия АН СССР. Серия литературы и языка*. 1982, 41, 4: 305–313. Доступно по: <https://lexicograph.ruslang.ru/TextPdf2/OL%27A82-4.pdf>. Ссылка активна на 01.04.2025.

19. Orr Sh., Ariel M. Predicating Truth: An empirically based analysis. *Journal of Pragmatics*. 2021, 185: 131–145. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2021.09.005>.

20. Noveck I. *Experimental Pragmatics: The Making of a Cognitive Science*. Cambridge UK, Cambridge University Press, 2013. <https://doi.org/10.1017/9781316027073>.

21. Scarantino A. How to Do Things with Emotional Expressions: The Theory of Affective Pragmatics. *Psychological Inquiry*. 2017, 28 (2-3): 65–185. <https://doi.org/10.1080/1047840X.2017.1328951>.

22. Кувшинова Е.А. Фонетические особенности разговорной речи и нормы русского литературного языка. *Вестник РУДН. Серия «Вопросы образования: языки и специальность»*. 2014, 1: 105–109. Доступно по: https://vestnik_rossiyskogo_universiteta_druzhby_narodov_seriya_voprosy_obrazovaniya_yazyki_i_spetsialnost-2170/publication/78313/. Ссылка активна на 01.04.2025.

23. *Русская разговорная речь. Фонетика. Морфология. Лексика. Жест*: коллективная монография / под ред. Е.А. Земской. М.: Наука, 1983. Доступно по: https://www.academia.edu/50188062/Русская_разговорная_речь_Фонетика_Морфология_Лексика_Жест. Ссылка активна на 01.04.2025.

24. Колокольцева Т.Н. *Специфические коммуникативные единицы диалогической речи*: монография. Волгоград: Издательство Волгоградского государственного университета, 2001. Доступно по: https://vtome.ru/knigi/guman_nauki/103310-specificheskie-kommunikativnye-edinicy-dialogicheskoy-rechi.html. Ссылка активна на 01.04.2025.

References

1. Gridina TA (ed.). *Linguistics of creativity-I*, Collective Monograph. Yekaterinburg: Ural State Pedagogical University Publ., 2013. Available at: <http://elar.uspu.ru/bitstream/uspu/5958/1/mon00079.pdf>. Accessed 01.04.2025. (In Russ.).

2. Ratsiburskaya LV (ed.). *New Trends in the Russian Language at the Beginning of the 21st Century*, Collective Monograph. Moscow, Flinta, Nauka Publ., 2016. Available at: <https://e.lanbook.com/book/232472>. Accessed 01.04.2025. (In Russ.).

3. Radbil TB, Pomazov AI. Precedent Phenomena as a Means of Creating Attractiveness in the Polycode Text of the Internet. *Bulletin of Volgograd State University. Series 2, Linguistics*. 2020, 19, 1: 140–153. <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2020.1.12>. (In Russ.).

4. Ratsiburskaya LV (ed.). *Russian Language in Internet Communication: Lingvo-cognitive and Pragmatic Aspects*, Collective Monograph. Moscow, Flinta Publ., 2021. Available at: <https://e.lanbook.com/book/182052>. Accessed 01.04.2025. (In Russ.).

5. Carston R. *Implicature, Explicature, and Truth-Theoretical Semantics. Mental Representations: The Interface between Language and Reality*. Cambridge, Cambridge University Press, 1988: 155–181. Available at: <https://www.semanticscholar.org/paper/Implicature%2C-explicature-and-truth-theoretic-Carston/0a37724eb-6636353b7a70f098eae25da43de2188>. Accessed 01.04.2025.

6. Agratin AE. *Poetics of Implicit Narrative: In Search of a Theoretical Model*. *Bulletin of Tomsk State University*. 2018, 428: 5–11. <https://doi.org/10.17223/15617793/428/1>. (In Russ.).
7. Barysheva AI. Implicitness in the text and aspects of its analysis. *Philological Sciences. Theoretical and Practical Issues*. 2015, 8 (50), 1: 18–20. Available at: www.gramota.net/materials/2/2015/8-1/3.html. Accessed 01.04.2025. (In Russ.).
8. Grice GP. Logic and speech communication. *New in Foreign Linguistics: Issue 16. Linguistic Pragmatics*. Moscow, Progress Publ., 1985: 217–237. Available at: <https://kant.narod.ru/grice.htm>. Accessed 01.04.2025. (In Russ.).
9. Kuznetsov IA. Pragmatic types of question-answer adjacency pairs in phatic dialogic interaction in Russian. *Bulletin of the Lobachevsky University of Nizhny Novgorod*. 2024, 3: 196–202. https://doi.org/10.52452/19931778_2024_3_196. (In Russ.).
10. Baranov AN, Kreidlin GE. The structure of a dialogical text: lexical indicators of minimal dialogues. *Topics in the Study of Languages*. 1992, 3: 8–17. Available from: <https://vja.ruslang.ru/ru/archive/1992-3/84-93>. Accessed 01.04.2025. (In Russ.).
11. Jakobson RO. Linguistics and poetics. Basin EY., Polyakov MY (eds.). *Structuralism: “Pros” and “Cons”*, trans. from English, French, German, Czech, Polish and Bulgarian. Moscow, Progress Publ., 1975: 190–230. Available at: <https://liconism.com/images/documents/1035/Якобсон%20Лингвистика%20и%20поэтика.pdf>. Accessed 01.04.2025. (In Russ.).
12. Leech GN. *Principles of Pragmatics*. London, New York, Longman, 1983. <https://doi.org/10.1017/S0272263100005210>.
13. Vinokur TG. Informative and phatic speech as a manifestation of different communicative intentions of the speaker and listener. Zemskaya EA., Shmelev DN (eds.). *Russian Language in Its Functioning. Communicative-pragmatic Aspect*. Moscow, Nauka Publ., 1993: 5–29. Available at: https://www.academia.edu/110734738/Русский_язык_в_его_функционировании_Коммуникативно_прагматический_аспект. Accessed 01.04.2025. (In Russ.).
14. Copley P. Communication Breakdown. *Language & Communication*. 2004, 24: 277–289. Available at: https://www.academia.edu/323837/Communication_Breakdown. Accessed 01.04.2025.
15. Arutyunova ND. *The Sentence and Its Meaning*. Moscow, Nauka Publ., 1976. Available at: <https://www.booksite.ru/fulltext/arutyunova/text.pdf>. Accessed 01.04.2025. (In Russ.).
16. Searle JR. What is a speech act?. In *New in Foreign Linguistics, Issue. 17. Speech Act Theory*. Moscow, Progress Publ., 1986: 151–169. Available at: https://www.booksite.ru/fulltext/novoe_v_zarub/index.htm. Accessed 01.04.2025. (In Russ.).
17. Chernyavskaya VE. Deontic meaning and pragmatics of renaming in the practice of political correctness. *Bulletin of the Novosibirsk State University. Series: Linguistics and Intercultural Communication*. 2023, 21, 3: 58–72. <https://doi.org/10.25205/1818-7935-2023-21-3-58-72>. Accessed 01.04.2025. (In Russ.).
18. Paducheva EV. Pragmatic aspects of dialogue coherence. *Bulletin of the USSR Academy of Sciences. Series of Literature and Language*. 1982, 41, 4: 305–313. Available at: <https://lexicograph.ruslang.ru/TextPdf2/OL%27A82-4.pdf>. Accessed 04.01.2025. (In Russ.).
19. Orr Sh., Ariel M. Predicating truth: An empirically based analysis. *Journal of Pragmatics*. 2021, 185: 131–145. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2021.09.005>.
20. Noveck I. *Experimental Pragmatics: The Making of a Cognitive Science*. Cambridge UK, Cambridge University Press, 2013. <https://doi.org/10.1017/9781316027073>.
21. Scarantino A. How to do things with emotional expressions: The theory of affective pragmatics. *Psychological Inquiry*. 2017, 28 (2-3): 65–185. <https://doi.org/10.1080/1047840X.2017.1328951>.
22. Kuvshinova EA. Phonetic features of colloquial speech and norms of the Russian literary language. *RUDN Bulletin. Series “Education Issues: Languages and Specialty”*. 2014, 1: 105–109. Available at: https://vestnik_rossiyskogo_universiteta_druzhby_narodov_seriya_voprosy_obrazovaniya_yazyki_i_spetsialnost-2170/publication/78313/. Accessed 04.01.2025. (In Russ.).
23. Zemskaya EA (ed.). *Russian Colloquial Speech. Phonetics. Morphology. Vocabulary. Gesture*. Moscow, Nauka Publ., 1983. 240 p. Available at: https://www.academia.edu/50188062/Русская_разговорная_речь_Фонетика_Морфология_Лексика_Жест. Accessed 04.01.2025. (In Russ.).
24. Kolokoltseva TN. *Specific Communicative Units of Dialogical Speech*, monograph. Volgograd, Volgograd State University Publishing House, 2001. Available at: https://vtome.ru/knigi/guman_nauki/103310-specificheskie-kommunikativnye-edinicy-dialogicheskoy-rechi.html. Accessed 01.04.2025. (In Russ.).

История статьи:

Получена: 31.03.2025

Принята: 21.04.2025

Опубликована онлайн: 25.06.2025

Article history:

Received: 31.03.2025

Accepted: 21.04.2025

Published online: 25.06.2025

Сведения об авторе:

Кузнецов Игорь Александрович, кандидат филологических наук, доцент, заведующий кафедрой иностранных языков гуманитарного факультета, Российский химико-технологический университет имени Д.И. Менделеева; Москва, Российская Федерация; e-mail: igorkuznetz@gmail.com.

Bionote:

Igor A. Kuznetsov, PhD (Philology), Associate Professor, Head of the Department of Foreign Languages, Faculty of Humanities, D.I. Mendeleev Russian University of Chemical Technology; Moscow, Russian Federation; e-mail: igorkuznetz@gmail.com.



Статья опубликована на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0 International (CC-BY 4.0).

This is an open access article distributed under the terms of Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC-BY 4.0)

Оригинальная статья

УДК 81'42+ 81'22

<https://doi.org/10.29025/2079-6021-2025-2-46-58>

Механизмы экспликации нарративности в поликодовых мемах ров

Е.С. Моштылева

*Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет**им. Н. И. Лобачевского;**603022, Российская Федерация, Нижний Новгород, пр. Гагарина, 23;**ORCID ID: 0000-0002-4992-1009;**SPIN-код: 6174-5316;**e-mail: moshtyleva@unn.ru*

Аннотация. Статья представляет собой комплексный анализ мемов ров/пов как лингвосемиотических конструкций, репрезентирующих механизмы перволичного повествования в цифровой среде. Актуальность работы обусловлена необходимостью изучения трансформации нарративных моделей в условиях новых медиа, где поликодовый характер и незавершённость становятся ключевыми чертами интернет-жанров. Целью работы является выявление лингвосемиотических, нарративных и грамматических особенностей данных мемов. Материалом анализа послужили мемы из русскоязычного интернет-пространства, проанализированные с помощью комплекса методов исследования интернет-нарратива и лингвосемиотики. Предметом исследования выступили лингвистические, нарративные и грамматические особенности данных мемов, их роль в трансформации индивидуального опыта в коллективный миф, а также их поликодовая природа. Показано, что мемы ров/пов функционируют как незавершённые тексты, объединяющие вербальные и визуальные компоненты. Через универсализацию личного опыта и актуализацию архетипов они трансформируют индивидуальные воспоминания в коллективные семиотические знаки, усиливая эмоциональный отклик через иронию, ностальгию и др. продемонстрирована связь исследуемых мемов с классическими нарративными моделями: акцентируются переход от внутренней точки зрения к внешней, использование настоящего времени для репрезентации прошлого, а также варьирование синтаксической роли ров/пов. Уникальность исследования заключается в междисциплинарном рассмотрении мемов как гибридных конструкций, расширяющем понимание эволюции повествования в цифровой культуре. Теоретическая значимость исследования заключается в адаптации традиционных нарратологических концепций к анализу цифровых форматов, что расширяет понимание эволюции повествовательных структур в условиях новых медиа. Практическая ценность работы связана с возможностью применения выводов в исследованиях интернет-коммуникации, цифровой культуры, а также в разработке образовательных и маркетинговых стратегий, ориентированных на взаимодействие с аудиторией через эмоционально-нарративные паттерны.

Ключевые слова: нарратив, поликодовый текст, жанр мема, прецедентный феномен, виртуальная коммуникация, лингвосемиотика, интернет-лингвистика.

Для цитирования: Моштылева Е.С. Механизмы экспликации нарративности в поликодовых мемах ров. *Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики*. 2025. № 2. С. 46–58. <https://doi.org/10.29025/2079-6021-2025-2-46-58>.

Original Paper

<https://doi.org/10.29025/2079-6021-2025-2-46-58>

Explication Mechanisms of Narrativity in Polycode POV Memes

E.S. Moshtyleva

Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod;
22 Gagarin Ave., Nizhny Novgorod, Russian Federation, 603022;
ORCID ID: 0000-0002-4992-1009;
SPIN-code: 6174-5316;
e-mail: moshtyleva@unn.ru

Abstract: The article presents a comprehensive analysis of POV memes as linguistic and semiotic constructions representing the mechanisms of primary narrative in the digital environment. The relevance of the work is due to the need to study the transformation of narrative models in the context of new media, where the polycode nature and incompleteness are becoming key features of Internet genres. The aim of the paper is to identify the linguistic, semiotic, narrative and grammatical features of these memes. The material of the analysis was memes from the Russian-speaking Internet space, analyzed using a set of methods for studying Internet narrative and linguistic semiotics. The subject of the research is the linguistic, narrative and grammatical features of these memes, their role in the transformation of individual experience into a collective myth, as well as their polycode nature. It is shown that POV memes function as incomplete texts combining verbal and visual components. Through the universalization of personal experience and the expression of archetypes, they transform individual memories into collective semiotic signs, enhancing emotional response through irony, nostalgia, etc. The connection of the studied memes with classical narrative models is demonstrated: the transition from an internal point of view to an external one, the use of the present tense to represent the past, as well as the variation in the syntactic role of POV are emphasized. The uniqueness of the research lies in the interdisciplinary consideration of memes as hybrid constructions, expanding the understanding of the evolution of storytelling in digital culture. The theoretical significance of the research lies in the adaptation of traditional narratological concepts to the analysis of digital formats, which expands the understanding of the evolution of narrative structures in the context of new media. The practical value of the work is related to the possibility of applying the findings in research on Internet communication, digital culture, as well as in the development of educational and marketing strategies focused on interacting with the audience through emotional and narrative patterns.

Keywords: narrative, polycode text, meme genre, precedent phenomenon, virtual communication, linguistic semiotics, Internet linguistics.

For citation: Moshtyleva E.S. Explication mechanisms of narrativity in polycode POV memes. *Current Issues in Philology and Pedagogical Linguistics*. 2025, no 2, pp. 46–58. <https://doi.org/10.29025/2079-6021-2025-2-46-58>(In Russ.).

Введение

Развитие новых повествовательных форм можно рассматривать как способ преодоления ограничений, накладываемых на язык повествования неполнотой коммуникативной ситуации [1]. Одной из явных конструкций повествования в интернет-пространстве нам представляются мемы, являющиеся крупнейшим культурным и коммуникативным феноменом последних десятилетий.

Интернет-пространство со свойственной ему высокой скоростью взаимодействия актантов, в котором доминируют визуальные сообщения, с фрагментарным («клиповое мышление») по большей части восприятием, порождает уникальные жанры, среди которых особое место занимают мемы. Эти поликодовые тексты, сочетающие вербальные, визуальные и аудиальные элементы, стали не только маркером сетевой культуры, но и инструментом актуализации и передачи смыслов в рекламе, бизнесе, политике, образовании и других сферах межличностной коммуникации.

В качестве коммуникативного объекта мемы изучены и изучаются до сих пор достаточно подробно филологами и представителями иных гуманитарных направлений, однако механизмы, через которые эти прецедентные феномены реализуют повествование, остаются недостаточно раскрытыми. В нашей работе речь пойдёт о способности мемов с помощью наррации объединять личный опыт с коллективной памятью, превращая индивидуальные истории в универсальные архетипы. Эта функция особенно ярко проявляется в мемах с элементом *pov/пов* (от англ. *point of view* – точка зрения), которые предлагают адресату «примерить» на себя событие, актуализованное в поликодовом конструкте.

Мемы *pov/пов* могут быть рассмотрены с позиции следующих векторов интерпретации. Во-первых, они опираются на предустановленные культурные сценарии и когнитивные фреймы, которые структурируют восприятие событий. Эти фреймы действуют как априорные шаблоны, направляя интерпретацию в русло общепринятых смыслов. Во-вторых, мемы *pov/пов* зачастую используют классические нарративные прототипы, которые предзаданы в коллективной памяти. В-третьих, мем *pov/пов* сокращает событие до ключевых маркеров (например, «платье из одеяла» – детство). Это позволяет мему функционировать как семантический катализатор, где недостающие элементы нарратива восполняются аудиторией на основе фоновых знаний.

Мемы *pov/пов* стали одним из ключевых форматов поликодового нарратива в социальных сетях. Они демонстрируют, как цифровые технологии трансформируют не только жанры, о чём в настоящее время принято говорить в интернет-лингвистике, но и классические нарративные стратегии: вместо развёрнутого сюжета – эллиптический эмоциональный стимул, вместо авторской однозначности – открытость для интерпретаций и повышенная «роль читателя» [2]. Наконец, лингвистические особенности конструкций *pov/пов* отражают эволюцию языка в условиях гибридной коммуникации, что требует системного анализа.

Обзор литературы

Исследование мемов *pov/пов* как нарративных и лингвистических феноменов опирается на междисциплинарный корпус работ, охватывающий теорию нарратива, лингвосомиотику и интернет-лингвистику. В зарубежной нарратологии заложены методологический и терминологический аппарат [3], основы анализа фокализации как способа организации перспективы в тексте [4]. Концепция внутренней, внешней и нулевой фокализации критически важна для понимания того, как мемы воздействуют на точку зрения адресата. В свою очередь, отечественная лингвистика нарратива расширила методологию анализа повествовательных текстов. Б.А. Успенским введена многоплановая модель точек зрения, которая может быть использована при анализе нарративной организации мемов *pov/пов* (*pov* = *point of view*) [5]. Е.В. Падучевой подробно анализируются лингвистические особенности перволичных и третьеличных нарративов, а также уделяется внимание неполноценности или редуцированности коммуникативной ситуации, в которой реализуются повествовательные тексты [1], что в принципе объясняет, почему мемы с их компрессией и поликодовостью становятся эффективным инструментом передачи сложных смыслов. Т.Б. Радбилю анализируются нарративы на основе коммуникативного и когнитивно-ориентированного подхода, который связан с прагмалингвистической природой нарратива как особого семиотического объекта, а также в качестве базовых принципов формулирует постулаты нарратива. Кроме того, в его исследованиях предлагается основополагающий тезис для нашего исследования: «...в качестве потенциальности нарративную проекцию может иметь все что угодно, все, что попадает в наш мир в поле воспринимающего сознания» [6].

Изучение лингвистами механизмов взаимодействия различных кодов передачи информации в интернет-мемах в основном сконцентрировано на их лингвосомиотическом понимании [7; 8]. Так, Т.Б. Радбилем исследуется переход между семиотическими модусами (реальность ↔ текст) [9], что актуально для анализа мемов как гибридных форм, трансформирующих повседневный опыт в культурные коды.

Значимыми с методологической точки зрения являются идеи учёных, занимающихся изучением интернет-коммуникации [10; 11; 12; 13]. Специфика исследования мемов *pov/пов* как разновидности интернет-нарратива обуславливает обращение к исследованиям сетевой постфольклористики, феноменами чего и являются мемы [14]. Нельзя не отметить исследования, связанные с разработкой понятийного аппарата лингвистики мема, а также его коммуникативно-прагматических и структурных признаков [15; 16]. Методологическую основу для анализа мемов как комплексных прецедентных феноменов, формирующихся через интеграцию нарративных стратегий, поликодовости (визуальных, вербальных,

аудиальных элементов) и культурных контекстов, предоставляет одна из немногих работ, где мемы осмысляются как проявление наррации [8].

Методы и материал исследования

Мем по своей сущности не является только вербальным текстом: приобретая дополнительные коды, он нуждается в целом комплексе методов для исследования. По этой причине нами были использованы лингвопрагматический анализ нарратива как коммуникативного акта, анализ текста с точки зрения его формы, лингвокогнитивный анализ нарратива. Указанные методы основаны на положениях отечественной лингвистики нарратива и зарубежной нарратологии.

В качестве материала исследования выступают мемы *ров/пов* на различных онлайн-площадках. Объём мемов составил 123 единицы вербальных и поликодовых текстов.

Результаты и дискуссия

В интернете (особенно на платформе TikTok) примерно с 2020 года пользователями активно публикуются мемы с аббревиатурой *ров*, образованной из начальных букв каждого слова и записываемой строчными буквами латинского алфавита. Однако сама концепция использования аббревиатуры *ров* в юмористическом или ситуативном контекстах существовала и раньше, например, на ресурсах Tumblr или Twitter. *Ров* в русскоязычном интернете часто употребляется как нарицательное *пов*, передаваемое буквами русского алфавита и практически утратившее свою аббревиационную мотивированность. Визуально такие мемы выглядят как текст-изображение с пропозицией: *Ситуация, когда я понял/осознал/почувствовал что-то* (например, рис. 1). Иногда может использоваться ироничное *пов*, соединяющее свойственную интернет-коммуникации тенденцию к эрративизации и «мемное» блюдо с одноимённым названием.



Рис. 1. Мем на основе телесериала «Папины дочки»¹
Fig. 1. Meme based on the TV series «Daddy's Daughters»

Как правило, *ров/пов* помогает выразить точку зрения автора через историю с определённым актантом, эксплицируемым фигурой говорящего. Такие мемы используются для поликодовой фиксации связанных с повседневной жизнью ситуаций, своеобразным переводом из семиотического модуса РЕАЛЬНОСТЬ в модус ТЕКСТ (по Т.Б. Радбилю) [9]. Кодированные ситуации касаются межличностных взаимодействий на работе, учёбе, а также эмоционального состояния, воспоминаний и т.д. Мемы *ров/пов* обобщают реальность адресанта и получателей сообщения в каноничный сюжет, прототипический случай, и главным образом используются для того, чтобы передать ироническую направленность сообщения или креолизовать сферу чувственного. Кроме того, такие мемы отчасти могут помочь солидаризироваться с другими людьми, привлечь на свою сторону, завязать разговор или общение.

¹ Пинтерест. Доступно по: <https://pin.it/5iDARECUo>. Активна на 26.04.2025. Pinterest. Available at: <https://pin.it/5iDARECUo>. Accessed 25.04.2025.

Ров/пов подразумевает своего рода иммерсивность; читатель погружается в текст, где воспроизводится ситуация, которая имела место в настоящем или только предполагается, образ персонажа (с реальным прообразом или без такового) и образ читателя. Эти мемы могут быть осмыслены как модель интернет-наррации, поскольку на них распространяются соответствующие признаки: они характеризуются публичностью, поликодовостью, интертекстуальностью, а также обладают характеристиками опосредованности, диалогичности, событийности и нарративной модальности.

Отметим, что мемы ров/пов являются редуцированными, незавершёнными текстами, поскольку читателю предоставляется выбор, и он имеет возможность смоделировать любое развитие событий (создать нарратив), будучи в ситуации когнитивного погружения в расширительном плане. Многие мемы основаны на общих представлениях и культурных референциях, которые могут не быть мотивированными для тех, кто не знаком с контекстом и конситуацией, а некоторые мемы поймёт только определённая аудитория.

Мемы в лингвосемиотике можно рассматривать с нескольких позиций: как текст в широком, семиотическом, понимании, как символ и как поликодовую систему.

С текстовой точки зрения, мем ров/пов – это линейная последовательность знаков, обязательно предназначенная для восприятия субъектом и выстроенная в повествовательную структуру.

По мысли И.П. Смирнова, «и отдельное высказывание, и <...> текст в целом, и далее всяческие ансамбли текстов имеют три смысловых аспекта: значения, из которых слагаются все эти предметы исследования, обладают объёмом (экстенсионалом), содержанием (интенсионалом) и комбинаторной способностью (семантической валентностью)» [17]. Экстенсионал в меме ров/пов часто гиперболизирован или даже доведён до абсурда для максимально эмоционального отклика, а интенсионал (содержание) почти всегда связан с эмпатией, поскольку адресату предлагается примерить на себя чужой опыт. По этой причине мы можем говорить о том, что означаемая эмоция с большой вероятностью будет интерпретирована в соответствии с авторским замыслом. Разумеется, мемы ров/пов обладают высокой семантической валентностью благодаря шаблонности и адаптивности их формата: они комбинируются с другими интернет-жанрами и другими мемами, сохраняя ядро (то, что мы обозначили выше в качестве интенционала), но подбирая объём (экстенсионал) под конситуацию или конкретный круг читателей.

В то же время любой мем – это поликодовое образование, выражающее идею или символ в определённом контексте и реализуемое в виде изображения, видеоролика или вербального кода. Мем, как правило, основан на мемологеме – концептуальной основе мема (рис. 2).

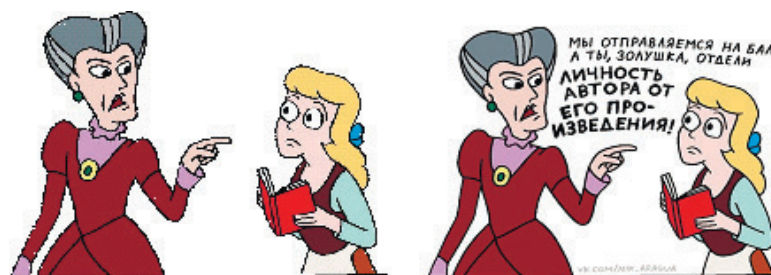


Рис. 2. Мемологема (слева) и мем (справа) о филологической Золушке²
Fig. 2. Memologem (left) and meme (right) about philological Cinderella

Мемологема (концептуальная основа мема, те самые идея или символ, которые выражаются посредством мема) не моделирует реальность и никому не адресована, хотя может указывать на некое событие. Вспомним сюжет знаменитой сказки, а также кино- или мультфильмов про Золушку, где несчастную девушку мачеха заставляет делать работу по дому вместо посещения бала. Примечательно, что эта мемологема может стать основой мемов для абсолютно любой аудитории ввиду широкого распространения мифа о Золушке. Мемологема, представляющая собой легко поддающийся трансформации фрейм, помещённая в определённый контекст или конситуацию, преобразуется в прецедентный

² ВКонтакте. Доступно по: https://vk.com/nik_aragua. Активна на 26.04.2025. VKontakte. Available at https://vk.com/nik_aragua. Accessed: 25.04.2025.

феномен – мем. Последний включается в нарратив, что ведёт к появлению адресованности и множества интерпретаций. Разумеется, событие между злой мачехой и Золушкой, задуманное Шарлем Перро, а затем продолженное режиссёрами и мультипликаторами, по-своему осмыслившими известную сказку, характеризуется нарративностью, но в качестве мемологемы этот эпизод не нарративен, а, скорее, мифологичен, поскольку представляет несомненно тиражируемый смысл: девушка с несчастной судьбой в конце концов обретает счастье.

Посредством вербального компонента «*Мы отправляемся на бал, а ты, Золушка, отдели личность автора от его произведения!*» и изображения книги в руках у девушки автор мема наделяет привычных мачеху и Золушку новыми характеристиками, знаниями и функциями. Основа остаётся – всё тот же запрет светской жизни, унижение и жестокое обращение, но аксиологический компонент концептуально меняется с трудолюбия и смирения перед работой с крупной на филологическую компетенцию в проблемной области. Изображение книги в руках Золушки работает как инструмент иронии, противопоставляя «высокую» культуру (литература) и «низкий» жанр (мем). Это создаёт многомерный дискурс, где серьёзное и комическое сосуществуют, расширяя возможности текста для интерпретации.

Основой мемов с вербальным компонентом чаще всего выступает языковая игра, задача которой – комически воздействовать на адресата. Не всякую аудиторию можно рассмешить любым мемом, потому, на наш взгляд, важно проанализировать аудиторию мема в рамках описания его нарративной структуры. Если рассмотреть мем в качестве редуцированного коммуникативного акта, то отсутствие перлокутивного (комического или любого другого) эффекта обычно приводит к коммуникативной неудаче.

В отличие от мема про Золушку и многих подобных в мемах *rov/пов* аудитория является не просто характеристикой, а важной частью мема. Эффект воздействия заключается в том, что читателю предлагается примерить на себя то событие, которое моделируется в меме. *Rov/пов* построены по типу первоначальной наррации, здесь актуализуется значение «*Я рассказываю тебе, что произошло со мной, чтобы ты представил, как будто это произошло с тобой*». *Rov/пов* имплицитно побуждают читателя адаптировать к себе некоторую точку зрения, ненадолго попасть в неё не только в качестве воспринимающей инстанции, а персонажа нарратива.

Дополним мемологему с Золушкой и мачехой, к примеру, следующим компонентом: *rov: ты Золушка*. В итоге получаем приблизительно такое значение (в зависимости от субъекта интерпретации): «*Повествователь находится в такой жизненной ситуации, в которой он не может самостоятельно осуществлять какие-либо действия, распоряжаться своим свободным временем*». При этом семы трудолюбия, которую предлагают толковые словари (например, Большой толковый словарь С.А. Кузнецова³: ЗОЛУШКА -и; *мн. род. -шек*; ж. [с прописной буквы] О ком-л. (обычно девушке) трудолюбивом, выполняющем большую работу, но испытывающем при этом несправедливое отношение к себе. *Быть на положении Золушки*. ● По имени героини сказки Ш. Перро о кроткой трудолюбивой девушке, к которой мачеха относилась хуже, чем к своим родным дочерям), может и не быть. Компонент *rov* становится похожим на глаголы *представь, вообрази* с семантикой побуждения к воспроизведению в собственном сознании ситуации, редуцируемой в меме.

В концепции точек зрения Б.А. Успенского, являющейся одним из ключевых методологических оснований нашего исследования, учитываются и повествовательные инстанции, и композиция текста [5]. Выделяются «внешняя» (изображение мира с позиции постороннего человека) и «внутренняя» точки зрения (изображение мира с позиции всеведущего автора). Мем *rov/пов* совмещает в себе и внутреннюю, и внешнюю точки зрения, что говорит о его полифоничности. Например, на рис. 3: внутренний монолог «когда опоздала на работу и сказала шефу, что попала в пробку» дополняется внешним ракурсом – изображением кошки со стаканом кофе и шоколадным круассаном – атрибутами, как бы намекающими на истинную причину опоздания. Контраст между безмятежным образом кота и стрессовой ситуацией опоздания вводит элемент внешней фокализации, подчёркивая ироничный диссонанс между видимым и реальным. В то же время мы наблюдаем и внутреннюю точку зрения, где событие передаётся через эмоциональное состояние героя.

³Большой толковый словарь русского языка / Под ред. С.А. Кузнецова. СПб., 2008. Доступно по: <https://gufo.me/dict/kuznetsov>. Активна на 26.04.2025. Large explanatory dictionary of the Russian language / Ed. S.A. Kuznetsov. St. Petersburg, 2008. Available at: <https://gufo.me/dict/kuznetsov>. Accessed 26.04.2025.



Рис. 3. Мем о коте с кофе и шоколадным круассаном⁴
Fig. 3. Meme about a cat with coffee and a chocolate croissant

Разработанная в контексте лингвистики нарратива концепция Б.А. Успенского предлагает многомерный анализ текста через пять взаимосвязанных планов: пространственно-временной, психологический, идеологический и фразеологический. В идеологическом плане мем с котом, кофе и круассаном транслирует критическую оценку к бюрократическим оправданиям за опоздания, а также к тем работникам, которые игнорируют социальные нормы и по каким-то причинам не способны рассчитать время в пути. Кроме того, с помощью мема возможно высмеивание стереотипов поведения в офисной культуре. Однако тактики критики и высмеивания способны элиминироваться под действием изображения кота, который в мемах по большому счёту является символом умиления. Также важна эмоция кота – невозмутимое спокойствие (по всей видимости, с наглым намёком, побуждающим к извинениям самого шефа). Таким образом, нарратогенерация зависит от контекста и использует эпизодические элементы для интерпретации мемологемы (основной концепции мема), которая сама состоит из нескольких семиотических пластов и может применяться к различным аллюзивным контекстам.

Фразеологический план описан Б.А. Успенским следующим образом: «...когда автор описывает разных героев различным языком или вообще использует в том или ином виде элементы чужой или замещенной речи при описании; при этом автор может описывать одно действующее лицо с точки зрения другого действующего лица (того же произведения), использовать свою собственную точку зрения или же прибегать к точке зрения какого-то третьего наблюдателя (не являющегося ни автором, ни непосредственным участником действия) и т.д., и т.п.». Иными словами, он не столько связан с привычным пониманием фразеологии, сколько с речевой характеристикой, с помощью которой можно выявить точку зрения по вербальным, пропозиционным признакам. На психологическом плане мем транслирует эмоциональный контраст: с одной стороны, внешнее спокойствие кота (визуальный код) и актуализация тревоги и необходимости оправдаться (вербальный код). Также отметим, что визуальная композиция мема акцентирует субъективную пространственную перспективу. Кот с кофе и круассаном, изображённый с невозмутимой мордой, создаёт иллюзию взгляда изнутри: зритель видит мир глазами персонажа, который якобы опоздал на работу, но внешне демонстрирует спокойствие.

В ров/пов имеют место два случая перволичной наррации: повествователь может быть равен персонажу (специфическое значение) или повествователь является очевидцем или передаёт чужую информацию (переходное значение) [18]. Например, блогеры, являющиеся и повествователями-персонажами, используют приём *point of view*, чтобы рассказать о своём дне, и в этом случае традиционного для мемов комического эффекта может не наступить, его заменят информационный и эстетический эффекты.

⁴ Телеграм. Доступно по: https://t.me/sci_mom/58. Ссылка активна на 25.04.2025. Telegram. Available at: https://t.me/sci_mom/58. Accessed: 25.04.2025.

В развлекательных интернет-сообществах, например, мемы ров/пов после опубликования теряют связь с автором, как и привычные мемы, поэтому мы можем наблюдать переходное значение.

Мемы ров/пов не имеют рамок начала и конца — они представляют собой «плавающую» часть моделируемого мира. Так, например, одной из частых тем, которые затрагиваются создателями ров/пов, является более-менее общая в русскоязычном интернете память о детстве. Мемы не называют конкретного возраста, конкретных событий, людей и т.д. Создаётся единый хронотоп «детство», которое было у всех: *пов: когда в детстве делаешь себе из одеяла платье*; *пов: когда сказал маме, что идёшь гулять недалеко*. Конкретное заменяется архетипами («платье из одеяла», «ложь о расстоянии прогулки»), что создаёт хронотоп, где индивидуальное воспоминание растворяется в обобщённом «мы все это пережили». Отсутствие фиксированных деталей превращает их в культурные инварианты: пользователь не вспоминает свой — условно — 1997 или 2007 год, однако активирует эмоцию «детства вообще», словно перелистывая альбом с чужими, но узнаваемыми фотографиями. Чем абстрактнее ров, тем глубже он цепляет читателя, ведь его сила в недоговорённости, которая и есть ключ к коллективному бессознательному.

Ров/пов о детстве — это повествование без времени, с одной стороны, но с другой — образ автора привязан к образу ребёнка, хотя реальным конструктором мема и вместе с тем повествователем, скорее всего, является взрослый. Моделируемый мемом *пов: когда в детстве делаешь себе из одеяла платье* (рис. 4), нарратив не даёт фактической информации о событии (кто, где, когда, во сколько), но перемещает внимание адресата в сторону интроспективного — у всех было детство и попытки завернуться в одеяло перед зеркалом. Как обстояли дела до этого нарратива и что будет после него, остаётся на усмотрение адресата, но семантика одеяла, полагаем, в большинстве случаев будет указывать на ситуацию сна.



Рис. 4. Мем о Кайли Дженнер и платье из одеяла⁵

Fig. 4. Meme about Kylie Jenner and a blanket dress

Нарративность здесь основана на обобщении опыта, создающего историю, где каждый участник коммуникации может узнать себя. Это укрепляет чувство принадлежности к группе людей, которая разделяет похожие воспоминания. Кроме того, можно рассмотреть контраст между детской наивностью и взрослой реальностью: мем *пов: когда в детстве делаешь себе из одеяла платье*, способен нести семантику тоски по тем временам, когда принимать решения было проще, а воображение и фантазии были ярче. С точки зрения структуры ров, читатель будто бы возвращается в моделируемый момент, становится участником действия. Это усиливает эмоциональный отклик, превращая коллективный опыт в более личный.

⁵ Курская правда. Доступно по: <https://kpravda.ru/wp-content/uploads/2023/09/590.jpg>. Ссылка активна на 26.04.2015. Kurskaya pravda. Available at: <https://kpravda.ru/wp-content/uploads/2023/09/590.jpg>. Accessed: 25.04.2025.

Таким образом, выделим ключевые моменты нарративности мема *пов*: *когда в детстве делаешь себе из одеяла платье*:

1) происходит универсализация личного опыта. Мем основан на коллективном мифе о детстве, где конкретные детали («чьё одеяло?», «в каком году это со мной произошло?», «в каком месте я тогда находился? дома или у бабушки?») заменяются архетипом, что превращает индивидуальное воспоминание в общий семиотический знак творческой свободы и наивных экспериментов, знакомых представителям разных поколений и культур;

2) актуализуется речевая эмоция ностальгии. Мем активизирует так называемую амбиентную ностальгию – не по конкретному прошлому, а по абстрактному детству вообще. Даже те, кто не пытался смастерить платье из одеял, узнают эмоцию: радость импровизации, когда обычный предмет приобретает магическую функцию (одеяло – бальное платье, картонная коробка – космический корабль). Мем работает как уравниватель: даже звезда уровня Кайли, кажется, «прошла» через те же ритуалы детства, что и обычные люди. Это создает иллюзию всеобщего равенства в ностальгическом опыте;

3) образуется ирония на гламур и продукты социальных сетей, где любой контент просчитывается с точки зрения максимальной виральности (вовлечённости). Образ Кайли Дженнер – иконы люксовой моды – в «платье из одеяла» работает в качестве пародии на потребительскую культуру. Детская импровизация противопоставляется миру высокой моды, где платья могут оцениваться тысячами условных единиц. Это подчёркивает абсурдность взрослого стремления к роскоши через призму детской простоты.

В мемах *ров/пов* осуществляется переход от внутренней точки зрения к внешней. Описывается внутреннее состояние говорящего, которое не может быть доступно наблюдателям, но с помощью приёма *ров/пов* добавляется некоторая типичность описываемого состояния (так, в меме про одеяло, полагаем, описываются не возможные телесные ощущения от соприкосновения с текстилем, а эмоции, связанные с детством, беззаботностью и беспечностью).

Кроме того, *ров/пов* также осмысляются в интернете в качестве жанра видеороликов, когда камера прикрепляется к голове или руке оператора. Такая съёмка обычно применяется для путешествий, экстремальных видов спорта. Главная задача – показать зрителю всё, что происходит вокруг снимающего.

Иногда *ров/пов* связывают с повествованием в художественных произведениях современных авторов от лица персонажа. Так, к примеру, главы в серии романов «Песнь льда и пламени» Дж. Мартина поклонниками саги называются «повами», поскольку каждая из них представляет рассказ какого-либо из персонажей (названия глав в романе «Игра престолов»: «Бран I», «Кейтилин I», «Дейнерис I», «Эддard I», «Джон I», «Кейтилин II» и др.). Через свободный косвенный дискурс автор раскрывает персонажа, однако последнему недоступны позиции других участвующих в развитии сюжета лиц. В других главах рассказ идёт от других персонажей, хотя хронотоп чаще всего един.⁶

Немаловажный интерес для исследователя в связи с изложенным выше представляет и само функционирование окказиональной аббревиатуры *ров/пов* в речевых практиках интернет-коммуникации.

Дело в том, что нарративность в *ров/пов* поддерживается структурным паттерном, который, в свою очередь, может быть осмыслен через анализ синтаксических функций. Кроме того, мемы *ров/пов* – это комплексные коммуникативные феномены, а значит, мы должны углубиться в языковые механизмы их экспликации.

Элемент *ров/пов* не только маркирует анализируемые мемы, но и задаёт тональность, близкую к устному, непринуждённому общению, что становится важным для воздействия на аудиторию. Однако положение этого элемента в предложении не всегда одно и то же. Нами отмечены случаи, когда *ров/пов* выполняет следующую роль:

– подлежащее (*Тиктоковские **повы** – это почти всегда снимающий изображает того, чей взгляд нужно представлять*). Также встречается окказиональное словообразование по русскоязычным моделям: *повнулась* (совсем повнулась), *повчик* (подъездная эстетика / снимаем *повчики*; *Приехал в Москву и сразу качаться / А потом **повчики** снимать. Так что ждите; небольшой **повчик**: попросила снять Женю на видео салюты / -сняли*). *Ров/пов* имеет грамматическую форму мужского рода (*Пов не нужен*), а также может иметь форму множественного числа (*тиктоковские **повы**, постит свои **повы***);

⁶ Разговор с Джорджем Р.Р. Мартином. Интервью с Уэйном Маклорином. Доступно по: <http://www.sfsite.com/01a/gm95.htm>. Ссылка активна на 25.04.2025. A Conversation With George R.R. Martin. An interview with Wayne MacLaurin. Available at: <http://www.sfsite.com/01a/gm95.htm>. Accessed: 25.04.2025.

– дополнение (*Настя всё время постит свои **повы**; **Пов** не нужен. Мемы со сценарки мне для воспоминаний*).

Также отмечено, что ров/пов может выступать как вводное слово (***ров**: папа забыл забрать тебя из садика; **Ров**: мир, в котором единственная проблема – это подобрать платье под каждый томик лекций Фейнмана*). Кроме двоеточия элемент может быть ненормативно оформлен с помощью запятой: *пов, родители уехали в гости*.

В некоторых случаях используется противительная конструкция *не пов, а рил* или *пов (зачёркнуто) рил*. Этим обычно указывается на то, что либо типичное для мемов событие произошло в реальной жизни, либо ситуацию характеристику реальности необходимо усилить, гиперболизировать. Так, на рис. 5 представлен скриншот знаменитого видеоролика с заразительно смеющимися девочками. Элемент *пов* вводит значение: *‘Я хочу, чтобы ты представил ситуацию в учебной аудитории, где почти всегда есть смеющиеся или разговаривающие подруги на задних партах’*, а элементом *не пов а рил* добавляется компонент смысла: *‘Это не выдуманная ситуация, а вполне реальная, я её переживал’*.



Рис. 5. Мем о смеющихся девочках⁷

Fig. 5. Laughing girls meme

Пунктуационно ров/пов может быть оформлен по четырём моделям:

- 1) с двоеточием (*ров: мама записывает тебя на все детские кружки в городе*);
- 2) с запятой (*пов, ты боюсь коровка и ты радуешься тому, что просто живёшь*);
- 3) без пунктуационных знаков (*пов я притворяюсь, что умерла, чтоб посмотреть реакцию моей собаки*);
- 4) со знаком хештега – может комбинироваться с предыдущими моделями (*#ров она сразу ему понравилась, но у него был свой план*).

Значение действия в мемах ров/пов выражается глаголом настоящего времени, но речь идёт о том, что было когда-то или в указанном интервале. В примере *пов: вышел погулять в футболке, как вдруг видишь метель и снегопад в середине апреля* событие, которое нужно представить адресату, происходит в апреле, но само по себе оно не является типичным (*снег* и *апрель* размещены в различных семантических полях, хотя снежная погода в апреле не слишком удивит жителя, к примеру, средней полосы России, а вот жителя юга России, скорее всего, удивит, – тут мы получаем информацию об установке на определённый круг адресатов ироничного сообщения).

Грамматический показатель настоящего времени со значением длительности действия в глаголе *делаешь* входит в оппозицию с показателем времени *в детстве*, который актуализует значение прошедшего, поскольку обычно о детстве говорят как о том, что когда-то было (*И вы почувствуете себя так*

⁷ Пинтепест. Доступно по: <https://in.pinterest.com/pin/906630968712874737/>. Активна на 26.04.2025. Pinterest. Available at: <https://in.pinterest.com/pin/906630968712874737/>. Accessed 26.04.2025.

же, в точности так же, как чувствовали этот момент **в детстве**. [Евгений Гришковец. ОдноверЕ-мЕнно (2004)]; **В детстве** я часто простужалась и болела, вот бабушка и записала меня в секцию фигурного катания, чтобы ребенок закалялся. [Николай Зуев. Ирина Слуцкая – Снежная королева (2002) // «100% здоровья», 11.11.2002⁸).

Заключение

Проведённое исследование продемонстрировало, что мемы ров/пов представляют собой уникальный инструмент цифрового нарратива, синтезирующий лингвистические, семиотические и нарративные стратегии. Так, на материале 123 мемов русскоязычного интернета выявлено, что ров/пов функционирует как незавершённый поликодовый текст, где синтез вербальных и визуальных компонентов способствует нарратогенерации. Этот формат эллиптичен: отсутствие явного начала/конца компенсируется априорными культурными фреймами, что делегирует аудитории роль соавтора в достраивании сюжета.

Ключевой функцией таких мемов является трансформация индивидуального опыта в коллективный миф посредством архетипизации (например, универсализированное «детство») и стимулирования разнообразных эмоций. Поликодовость ров/пов, объединяющая вербальные, визуальные и аудиальные элементы, способствует размыванию границ между автором, персонажем и аудиторией, делегируя последней финальную интерпретацию. Классические нарратологические концепции в полной мере адаптируются к анализу незавершённых цифровых текстов, в том числе для раскрытия механизмов солидаризации и формирования групповой идентичности через интернет-дискурс.

Список литературы

1. Падучева Е.В. *Семантические исследования: Семантика времени и вида в русском языке; Семантика нарратива*. 2-е изд. Москва: Языки славянских культур; 2011. Доступно по: <https://e.lanbook.com/book/136973>. Ссылка активна на 25.04.2025.
2. Эко У. *Роль читателя: исследования по семиотике текста*. Москва: АСТ: Corpus; 2016. Доступно по: <https://www.litres.ru/book/umberto-eko/rol-chitatelya-issledovaniya-po-semiotike-teksta-19411576>. Ссылка активна на 26.05.2025.
3. Шмид В. *Нарратология*. 2-е изд. Москва: Языки славянских культур; 2008. Доступно по: <https://e.lanbook.com/book/136787>. Ссылка активна на 25.04.2025.
4. Женетт Ж. *Фигуры. Том 1*. Москва: Издательство им. Сабашниковых. 1998. Доступно по: <https://ru.z-library.sk/book/661127/6668ab/Фигуры-В-2х-томах.html>. Ссылка активна на 27.04.2025.
5. Успенский Б.А. *Поэтика композиции. Структура художественного текста и типология композиционной формы*. Москва: Языки русской культуры. 1995. Доступно по: <https://el.arurfu.ru/handle/10995/1627>. Активна на 26.04.2025.
6. Радбиль Т.Б. *Коммуникативные и когнитивные основы теории нарратива в современном гуманитарном знании*. Коммуникативные исследования. 2017. 1 (11): 23–35. Доступно по: <https://cyberleninka.ru/article/n/kommunikativnye-i-kognitivnye-osnovy-teorii-narrativa-v-sovremennom-gumanitarnom-znanii>. Ссылка активна на 26.04.2025.
7. Радбиль Т.Б., Помазов А.И. *Прецедентные феномены как средство создания аттрактивности в поликодовом тексте Интернета*. Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2, Языкознание. 2020. 19 (1): 140–153. <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2020.1.12>.
8. Марченко Т.В. *Нарративная природа формирования и функционирования комплексных прецедентных феноменов*. Научная мысль Кавказа. 2023. 3 (115): 135–140. Доступно по: <https://cyberleninka.ru/article/n/narrativnaya-priroda-formirovaniya-i-funktsionirovaniya-kompleksnyh-pretsedentnyh-fenomenov>. Ссылка активна на 25.04.2025.
9. Радбиль Т.Б. *Норма как аномалия*. Вестник Нижегородского государственного университета. 2007. 3: 229–233. Доступно по: <https://cyberleninka.ru/article/n/norma-kak-anomaliya>. Ссылка активна на 25.04.2025.
10. Марченко Т.В. *Взаимодействие форм прецедентности в синестетических полимодальных единицах: мемы в чувствах и чувства в мемах*. Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. 2023. 1: 210–224. <https://doi.org/10.29025/2079-6021-2023-1-210-224>.

⁸ Национальный корпус русского языка. Доступно по: <https://ruscorpora.ru>. Активна на 26.04.2025. Russian National Corpus. Available at: <https://ruscorpora.ru/en>. Accessed 26.04.2025.

11. Канашина С.В. *Лингвокреативные словообразовательные приемы в политических антропонимах на материале англоязычных интернет-мемов*. Вестник Самарского университета. История, педагогика, филология. 2023. 3: 153–159. Доступно по: <https://cyberleninka.ru/article/n/lingvokreativnye-slovoobrazovatelnye-priemy-v-politicheskikh-antroponimah-na-materiale-angloyazychnyh-internet-memov>. Ссылка активна на 23.03.2025.
12. Каминская Т.Л. *Новая российская медиареальность: процессы адаптации*. Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. 2022. 3: 109–113. Доступно по: <https://e.lanbook.com/journal/issue/333026>. Активна на 26.04.2025.
13. Голованова Е.И., Часовский Н.В. *Интернет-мем как элемент визуализации в СМИ*. Вестник Челябинского государственного университета. 2015. 5 (360): 135–141. Доступно по: <https://cyberleninka.ru/article/n/internet-mem-kak-element-vizualizatsii-v-smi>. Ссылка активна на 26.04.2025.
14. Ребрина Л. Н. *Интернет-мемы 2019-2021 годов как актуальный феномен интернет-коммуникации: смыслы единения и разобщения*. Научный диалог. 2022. 11 (6): 235–267. <https://doi.org/10.24224/2227-1295-2022-11-6-235-268>.
15. Канашина С.В. *Интернет-мем как современный медиадискурс*. Известия Волгоградского государственного педагогического университета. 2018. 8 (131): 125–129. Доступно по: <https://cyberleninka.ru/article/n/internet-mem-kak-sovremennyy-mediadiskurs>. Ссылка активна на 23.03.2025.
16. Никитина О.А. *Интернет-мем как мультимодальный феномен немецкоязычного интернет-дискурса*. Язык и культура. 2018. 43: 74–87. <https://doi.org/10.17223/19996195/43/5>.
17. Дёринг-Смирнова И.Р., Смирнов И.П. *«Исторический авангард» с точки зрения эволюции художественных систем*. Russian Literature. 1980. 8 (5): 403–468. [https://doi.org/10.1016/0304-3479\(80\)90023-X](https://doi.org/10.1016/0304-3479(80)90023-X).
18. Атарова К.Н., Лесскис Г.А. *Семантика и структура повествования от первого лица в художественной прозе*. Известия Академии наук СССР. Серия литературы и языка. 1976. 35 (4): 343–356. Доступно по: <http://feb-web.ru/feb/izvest/1976/04/764-343.htm>. Активна на 26.04.2025.

References

1. Paducheva EV. Semantic research: The Semantics of Time and type in the Russian language; The Semantics of narrative. 2nd ed. Moscow, Yazyki slavyanskikh kultur Publ. (Slavic Culture Languages); 2011. Available at: <https://e.lanbook.com/book/136973>. Accessed April 4, 2025. (In Russ.).
2. Eco U. The role of the reader: Research on the semiotics of the text. Moscow, AST: Corpus Publ. 2016. Available at: <https://www.litres.ru/book/umberto-eko/rol-chitatelja-issledovaniya-po-semiotike-teksta-19411576>. Accessed 05/26/2025. (In Russ.).
3. Schmid V. Narratology. Moscow, Yazyki slavyanskikh kultur Publ. 2008. Available at: <https://e.lanbook.com/book/136787>. Accessed 04/25/2025. (In Russ.).
4. Genette J. Figures. *Book 1*. Moscow, Shabashnikov Publ. 1998. Available at: <https://ru.z-library.sk/book/661127/6668ab/Фигуры-В-2х-томах.html>. Accessed 04/27/2025. (In Russ.).
5. Uspenskij BA. Poetics of composition: the structure of the artistic text and the typology of the compositional form. Semiotics of art. Moscow, Yazyki russkoy kultury Publ. 1995. Available at: <https://elar.urfu.ru/handle/10995/1627>. Active on 04/26/2025. (In Russ.).
6. Radbil TB. Communicative and cognitive foundations of narrative theory in modern humanitarian knowledge. Communicative Research. 2017. 1 (11): 25–35. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/kommunikativnye-i-kognitivnye-osnovy-teorii-narrativa-v-sovremennom-gumanitarnom-znanii>. Accessed 04/26/2025. (In Russ.).
7. Radbil TB, Pomazov AI. Precedent phenomena as a means of creating attractiveness in the polycode text of the Internet. Bulletin of Volgograd State University. Series 2, Linguistics. 2020. 19 (1): 140–153. <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2020.1.12>.
8. Marchenko TV. The narrative nature of the forming and functioning of complex precedent phenomena. Scientific Thought of Caucasus. 2023. 3 (115): 135–140. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/narrativnaya-priroda-formirovaniya-i-funktsionirovaniya-kompleksnyh-pretседentnyh-fenomenov>. Accessed 04/25/2025. (In Russ.).
9. Radbil TB. The norm as an anomaly. Bulletin of the Nizhni Novgorod State University. 2007. 3: 229–233. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/norma-kak-anomaliya>. Accessed 04/25/2025. (In Russ.).

10. Marchenko TV. Interaction of precedence forms in synesthetic polymodal units: memes in feelings and feelings in memes. *Current Issues in Philology and Pedagogical Linguistics*. 2023. 1: 210–224. <https://doi.org/10.29025/2079-6021-2023-1-210-224>.
11. Kanashina SV. Linguacreative word-formation techniques in political anthroponyms based on the material of English-language Internet memes. *Bulletin of the Samara State University. History, pedagogy, philology*. 2023. 3: 153–159. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/lingvokreativnye-slovoobrazovatelnye-priemy-v-politicheskikh-antronimakh-na-materiale-angloyazychnyh-internet-memov>. Accessed 03/23/2025. (In Russ.).
12. Kaminskaya TL. New Russian media reality: adaptation processes. *Proceedings of Voronezh State University. Series: Philology. Journalism*. 2022. 3: 109–113. Available at: <https://e.lanbook.com/journal/issue/333026>. Active on 04/26/2025. (In Russ.).
13. Golovanova EI, Chasovsky NV. The Internet meme as an element of visualization in the media. *Bulletin of Chelyabinsk State University*. 2015. 5 (360): 135–141. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/internet-mem-kak-element-vizualizatsii-v-smi>. Accessed 04/26/2025. (In Russ.).
14. Rebrina LN. Internet Memes of 2019–2021 Current Phenomenon of Internet Communication: Meanings of Unity and Disunity. *Nauchny Dialog*. 2022. 11, 6: 235–267. <https://doi.org/10.24224/2227-1295-2022-11-6-235-268>. (In Russ.).
15. Kanashina SV. The Internet meme as a modern media discourse. *Ivzestia of the Volgograd State Pedagogical University*. 2018. 8 (131): 125–129. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/internet-mem-kak-sovremenny-mediadiskurs>. Accessed 03/23/2025. (In Russ.).
16. Nikitina OA. Internet meme as a multimodal phenomenon of German-language Internet discourse. *Language and Culture*. 2018. 43: 74–87. <https://doi.org/10.17223/19996195/43/5>
17. Doering-Smirnova IR, Smirnov IP. “Historical avant-garde” from the point of view of the evolution of artistic systems. *Russian Literature*. 1980. 8 (5): 403–468. [https://doi.org/10.1016/0304-3479\(80\)90023-X](https://doi.org/10.1016/0304-3479(80)90023-X).
18. Atarova KN, Leskis GA. Semantics and structure of first-person narration in fiction. *The Bulletin of the Russian Academy of Sciences: Studies in Literature and Language*. 1976; 35 (4): 343–356. Available at: <http://feb-web.ru/feb/izvest/1976/04/764-343.htm>. Active on 04/26/2025. (In Russ.).

История статьи:

Получена: 11.04.2025

Принята: 30.04.2025

Опубликована онлайн: 25.06.2025

Article history:

Received: 11.04.2025

Accepted: 30.04.2025

Published online: 25.06.2025

Сведения об авторе:

Моштылева Екатерина Сергеевна, кандидат филологических наук, доцент кафедры судебной экспертизы юридического факультета, Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского; Нижний Новгород, Российская Федерация; e-mail: moshtyleva@unn.ru.

Bionote:

Ekaterina S. Moshtyleva, PhD (Philology), Associate Professor of Forensic Expertise Department, Faculty of Law, Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod; Nizhny Novgorod, Russian Federation; e-mail: moshtyleva@unn.ru.



Original Paper: Herbert L. Colston. The roots of metaphor: the essence of thought. *Psychology of Language*. 2023 (14): 1197346.

Available at: <https://shs.hal.science/halshs-03877315/document>. This is an open access article distributed under the terms of Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC-BY 4.0).

Оригинальная статья

УДК: 811.161.1+81'282

<https://doi.org/10.29025/2079-6021-2025-2-59-73>Креативность в живой народной речи Воронежской области
XXI века

Недоступова Л.В.

Воронежский государственный технический университет;
394026, Российская Федерация, Воронеж, Московский проспект, 14;
ORCID ID: 0000-0003-1978-4725;
Web of Science Researcher ID: W-5925-2018;
SPIN-код: 4136-2507;
e-mail: nedostupowa2009@yandex.ru

Аннотация: Статья посвящена анализу современного состояния одного диалекта Центрально-Чернозёмного региона. Исследование нацелено на установление креативных особенностей речи жителей заброшенного села Скупая Потудань Нижнедевицкого района Воронежской области XXI столетия как средства коммуникации, не подвергшихся рассмотрению. Изучение говора осуществлялось на полевом материале с помощью методов: опроса, стационарного наблюдения, описания и анализа. Объектом исследовательского интереса в научном сочинении выступила речь представителей деревенского социума. В ходе изыскательской деятельности выявлены 42 отличительные черты местного диалекта. Продемонстрированы 26 фонетических и 16 грамматических (морфологических и синтаксических) особенностей говора: еканье; яканье; аканье; сохранение этимологического *е, не перешедшего в [ʼо] и произношение ударного [о] на месте [е]; редукция гласного в начале слова; диереза; ассимиляция и диссимиляция гласного и согласного звуков; у – фрикативный; сохранение [j] в интервокальном положении; звук [в] как [у] неслоговой и как губно-зубной [в]; звук [х] на месте [ш]; [ш] на месте [ч]; [х] и [хв] на месте [ф]; замена [м] на [н]; утрата начального согласного; употребление литературного [ш:] и отвердевшего долгого мягкого согласного [ш:]; диалектное ударение в словах и др.

Сделан вывод о том, что народная речь – это многогранное явление, качества которого прослеживаются на разных языковых уровнях; это нестандартный продукт естественной деятельности сельского жителя в современном мире, когда литературный язык повсеместно распространяется в жизненное пространство. Креативность, проявляемая посредством специфических особенностей говора и мышления скупопотуданцев, обусловлена оседлым образом жизни коренного населения. Речевое творчество отдалено от установленных нормами шаблонов.

Утверждается: с уходом представителей старшего возраста постепенно прекращает существовать неповторимая, оригинальная в своём роде живая речь – ценнейший источник великой истории государства и его самобытного народа.

Ключевые слова: народная речь, креативность, фонетические особенности говора, грамматические характеристики диалекта, южнорусский говор.

Для цитирования: Недоступова Л.В. Креативность в живой народной речи Воронежской области XXI века. *Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики*. 2025. № 2. С. 59–73. <https://doi.org/10.29025/2079-6021-2025-2-59-73>.

Original Paper

<https://doi.org/10.29025/2079-6021-2025-2-59-73>

Creativity in the Lively Folk Speech of the Voronezh Region in the XXI Century

Lubov V. Nedostupova

Voronezh State Technical University;
14 Moscow Ave., Voronezh, Russian Federation, 394026;
ORCID ID: 0000-0003-1978-4725;
Web of Science Researcher ID: W-5925-2018;
SPIN-code: 4136-2507;
e-mail: nedostupova2009@yandex.ru

Abstract: The article is devoted to the analysis of the current state of one dialect of the Central Chernozem region. The research is aimed at establishing the speech features of residents of the abandoned village Skupaya Potudan, Nizhnedevitsky district of the Voronezh region of the 21st century as a means of communication that have not been reviewed. The study of the dialect was carried out on field material using the following methods: survey, stationary observation, description and analysis. The object of research interest in the scientific work was the speech of representatives of the village society. In the course of the survey, 42 distinctive features of the local dialect were identified. 26 phonetic and 16 grammatical (morphological and syntactic) features of the dialect are demonstrated: croaking; yapping; acking; preservation of the etymological *e that did not turn into [’o] and pronunciation of the stressed [o] in place of [e]; reduction of the vowel at the beginning of the word; dieresis; assimilation and dissimilation of vowel and consonant sounds; y – fricative; keeping [j] in the inter-vocalic position; sound [v] as [u] non-syllabic and as labial-dental [v]; sound [h] in place [[j]; [j] in place [tj]; [h] and [hv] in place [f]; replacement of [m] by [n]; loss of the initial consonant; use of the literary [j:’] and a hardened long soft consonant [f:]; dialectal stress in words, etc. It is concluded that folk speech is a multifaceted phenomenon, the qualities of which can be traced at different linguistic levels; it is a non-standard product of the natural activity of a rural inhabitant in the modern world, when the literary language is spreading everywhere into the living space. Creativity, manifested through the specific features of the dialect and thinking of the stingy people, is due to the sedentary lifestyle of the indigenous population. Speech creativity is far from the established patterns. It is argued that with the departure of older people, a unique, original living speech, which is the most valuable source of the great history of the state and its distinctive people, gradually ceases to exist.

Keywords: folk speech, creativity, phonetic features of the dialect, grammatical characteristics of the dialect, South Russian dialect.

For citation: Nedostupova L.V. Creativity in the lively folk speech of the Voronezh Region in the XXI century. *Current Issues in Philology and Pedagogical Linguistics*. 2025, no 2, pp. 59–73. <https://doi.org/10.29025/2079-6021-2025-2-59-73>(In Russ.).

Введение

На территории нашей огромной страны живут люди, речь которых содержит некоторые специфические черты. Они сформировались под влиянием разных исторических и социальных обстоятельств.

Обратим внимание, «народная речь хранит особые, не всегда выражаемые литературным языком знания»: о традиционном ведении хозяйства, о традиционном русском семейном укладе жизни, о национальных обрядах, обычаях, народном календаре, о том, как в русской народной традиции понимается мир и человек в нём» [1: 188]. В.И. Даль замечал: «Живой народный язык, сберёгший в жизненной стойкости дух, который придаёт языку стойкость, силу, ясность, целость и красоту, должен послужить источником и сокровищницей для развития образованной русской речи...»¹. Л.Н. Толстой

¹ Даль В.И. Напутное слово (читано в Обществе любителей российской словесности в Москве 21 апреля 1862 года). Толковый словарь живого великорусского языка. Том 1. М.: Олма-пресс; 2002: 9-23. Dahl V.I. A parting word

писал: «Что за прелесть народная речь! И картинно, и трогательно, и серьёзно» [2], восхищаясь её богатством.

Настоящая работа посвящена изучению современного состояния одного диалекта Центрально-Чернозёмного региона. Уточним, что автором статьи «уже описаны отличительные черты говоров многих сельских поселений, в том числе: Аннинского района (с. Красный Лог), Лискинского района (с. Щучье), Рамонского района (с. Ступино), Хохольского района (с. Борщёво), Калачеевского района (с. Четвериково), Кантемировского района (с. Колещатовка), Семилукского района (с. Кондрашовка), Петропавловского района (с. Прогорелое), Таловского района (п. Высокий)» Воронежской области [3: 767]. Мы продолжаем исследовательскую деятельность в данном направлении.

Цель статьи

Целью научного сочинения является установление креативных особенностей говора жителей заброшенного села Скупая Потудань Нижнедевицкого района Воронежской области XXI столетия как средства коммуникации, не подвергшихся рассмотрению. В задачи работы входит определение отличительных фонетических и грамматических черт местного диалекта на современной стадии функционирования языка.

Обзор литературы

Подчеркнём, «любой язык является сложным образованием. И дело не только в грамматике: в языке есть несколько взаимодействующих пластов, а сложность связей между пластами объясняется непростой историей народа, социальным расслоением общества, образованием и развитием литературного языка, расселением племен, обладавших различными диалектами, и так далее. Все современные языки когда-то были диалектами»².

Стоит обратить внимание, что на современном этапе развития диалектологии целесообразным является сбор полевого материала в маленьких населённых пунктах Российской Федерации, по разным причинам оказавшихся заброшенными. Однако речь жителей сельского социума, на наш взгляд, представляет собой очень интересный языковой феномен, проявляющийся в её креативном использовании.

Исследователи утверждают, что «в последние годы наблюдается повышение интереса к проблемам креативности» [4: 183]. Отмечается, что «креативность в языке – это только часть целого и что креативность целесообразно интерпретировать в более широком контексте – как свойство человеческой природы, проявляющееся в любом виде его деятельности и в любых условиях» [5: 19-20]; «лингвокреативность – способность глубинных (концептуальных) оснований (как результатов познания мира), реализуемая коллективной личностью (социумом, народом) и индивидуальной личностью (отдельным представителем социума, народа), системно порождать разнородные знаки языка, способствуя развитию или эволюционированию последнего, и обеспечивать процесс их коммуникативной адаптации к построению прагматически ориентированного дискурса, в ходе которого базовые формы языковых знаков могут подвергаться разного рода преобразованиям, т.е. модифицируются» [6: 638]. Помимо этого, указывается: «Лингвокреативность позволяет построить прагматически ориентированный дискурс, и это означает, что она проявляется, прежде всего, в речевой (т.е. в дискурсивной) деятельности человека. Следовательно, искать креативность следует в сфере номинации и в сфере текстоформирования (в широком смысле), т.е. там, где осуществляется пользование языком в процессе коммуникации и где говорящий сталкивается с необходимостью выражения новых смыслов. <...> креативное использование языковых средств выглядит необычно и неожиданно, и, соответственно, именно эти факторы привлекают внимание получателя информации и обеспечивают более сильное прагматическое воздействие» [7: 63].

Следует сказать, что в XXI веке большая работа по изучению территориальных диалектов ведётся известными зарубежными и отечественными исследователями. Среди них: немецкие учёные – профессора Маркус Гунд, Кристина А. Андерс, Александр Лаш [8], языковед Бартельс Гауке³; швейцарский

(read at the Society of Lovers of Russian Literature in Moscow on April 21, 1862). Explanatory dictionary of the living Great Russian language. Volume 1. Moscow : Olma-press; 2002: 9-23. (In Russ.).

² Исаев И.И. Диалекты русского языка. 2016. Доступно по: <https://postnauka.org/faq/60031>. Ссылка активна на 01.03.2025. Isaev I.I. Dialects of the Russian language. 2016. Available at: <https://postnauka.org/faq/60031>. Accessed March 1, 2025 (In Russ.).

³ Бартельс Гауке. Доступно по: <https://bigenc.ru/c/bartel-s-gauke-8f50d9>. Ссылка активна на 01.03.2025. Bartels Gauke. Available at: <https://bigenc.ru/c/bartel-s-gauke-8f50d9>. Accessed March 1, 2025 (In Russ.).

лингвист – профессор Гейнрих Лёффлер [9]; болгарские диалектологи: профессор Ана Кочева [10] и профессор Славка Керемидчиева [11], американский исследователь Зак Сьюард⁴ и мн. др.

Наши лингвисты – участники проекта Российской академии наук «Лексический атлас русских народных говоров» (ЛАРНГ), известные учёные: Татьяна Ивановна Вендина [12; 13]; Лариса Яковлевна Костючук [14]; Татьяна Евгеньевна Баженова [15]; Нина Семёновна Ганцовская, Галина Дмитриевна Неганова [16]; Андрей Владимирович Приображенский [17]; Наталья Юрьевна Грибовская [18]; Екатерина Анатольевна Жданова [19]; Сергей Владимирович Лесников, Сергей Алексеевич Мызников [20], Елена Львовна Березович [21] и мн. др. вносят неоценимый вклад в изучение диалектов.

Представляется необходимым отметить, что ежегодно в научный оборот вводится новый диалектный материал. Свидетельство тому – периодические издания ЛАРНГ⁵. Его основатель – Игорь Александрович Попов указывал: «В задачу Лексического атласа русских народных говоров входит показать в пространственной проекции основные звенья словарного состава русских народных говоров – лексические и семантические различия в организации тематических и лексико-семантических групп, семантическую структуру слова, особенности диалектного словообразования»⁶. Разумеется, за десятилетия проведённой работы накоплены интереснейшие сведения о местных особенностях народной речи. Однако с каждым годом таких исследований становится меньше.

Профессор Уральского университета Елена Львовна Березович считает: «Диалектологам становится всё труднее работать». Проанализировав деятельность вузов и научных центров Российской Федерации, учёный пришёл к выводу, что «ситуация с полевыми исследованиями резко ухудшилась. <...> Только в 17% случаев ведётся планомерное обследование диалектов с участием квалифицированных сотрудников <...>. В то же время, конечно, выходят очень важные и интересные издания, питаемые в основном энтузиазмом и героизмом их авторов»⁷.

Акцентируем внимание на том, что в сложившейся ситуации научные сочинения по диалектологии приобретают актуальность и особую значимость.

Примечательно, ещё В. Гумбольдт писал: «Все люди говорят как бы одним языком, и в то же время у каждого человека свой отдельный язык. Необходимо изучать живую разговорную речь и речь отдельного индивидуума», ввиду того, что «только в речи индивида язык достигает своей окончательной определённости» [22: 84]. На важность «знать и понимать неоценимую роль народной некодифицированной речи» указывает известный лингвист Л.Я. Костючук [23].

Принципиальным для нашего исследования является положение о том, что народная речь в быстро изменяющемся современном мире является нестандартным, креативным продуктом деятельности сельского жителя.

Заметим, изучением говоров Воронежской области в настоящее время занимаются исследователи: С.В. Дьяченко, Г.П. Пилипенко, М.Н. Саенко [24], В.Ф. Филатова⁸, А.Д. Черенкова [25; 26], Т.В. Карасёва

⁴ Dialects Changing, but Not Disappearing in Philadelphia. Доступно по: <https://www.npr.org/2013/04/05/176368267/dialects-changing-but-not-disappearing-in-philadelphia>. Ссылка активна на 01.03.2025. Dialects in Philadelphia are changing, but not disappearing. Available at: <https://www.npr.org/2013/04/05/176368267/dialects-changing-but-not-disappearing-in-philadelphia>. Accessed March 1, 2025 (In Russ.).

⁵ Лексический атлас русских народных говоров: Материалы и исследования. Доступно по: <https://iling.spb.ru/departments/larng>. Ссылка активна на 01.03.2025. Lexical atlas of Russian folk dialects: Materials and research. Available at: <https://iling.spb.ru/departments/larng>. Accessed March 01, 2025. (In Russ.)

⁶ Программа собирания сведений для Лексического атласа русских народных говоров. СПб.: изд-во ИЛИ РАН; 1994: 336. The program for collecting information for the Lexical atlas of Russian folk dialects. St. Petersburg: Publishing house OR RAS; 1994: 336 (In Russ.).

⁷ Березович Е.Л. Диалектологам становится всё труднее работать. Доступно по: <https://gramota.ru/journal/stati/nauka/elena-berezovich-dialektologam-stanovitsya-vse-trudnee-rabotat>. Ссылка активна на 01.03.2025. Berezovich E.L. It is becoming increasingly difficult for dialectologists to work. Available at: <https://gramota.ru/journal/stati/nauka/elena-berezovich-dialektologam-stanovitsya-vse-trudnee-rabotat>. Accessed March 1, 2025 (In Russ.).

⁸ Филатова В.Ф. Речевой портрет диалектной личности и сельский социум: учебное пособие. Воронеж: Издательский дом ВГУ; 2024: 214. Доступно по: <https://expose.gpntbsib.ru/expose/vnp-dc82eccb/book/T2024-23500819150488>. Ссылка активна на 01.03.2025. Filatova V.F. Speech portrait of a dialect personality and rural society: a textbook. Voronezh: VSU Publishing House; 2024: 214. Available at: <https://expose.gpntbsib.ru/expose/vnp-dc82eccb/book/T2024-23500819150488>. Accessed March 1, 2025 (In Russ.).

[27], М.В. Панова [28], Л.Н. Верховых [29], Е.П. Куйдина [30], С.С. Токарева [31], Д.Н. Гальцова [32], Л.В. Недоступова [33; 34] и др.

Подчеркнём, работы, посвящённые проблеме креативности в русских диалектах, речи деревенских жителей, сельских социумах, немногочисленны. Среди них статьи Н.А. Воробьёвой [35], С.Ю. Дубровиной [36]; Т.И. Петровой, Т.В. Фроловой [37; 38] и др. Н.А. Воробьёва, в частности, указывает: «Интерес к функционированию национального языка связан с проявлением двух основных тенденций в современной диалектной речи: с одной стороны, – она максимально стремится к сохранению языковой (диалектной) традиции, с другой, – активно «впитывает» в себя «языковые инновации», отражающие «дух времени» (по выражению Костомарова «вкус эпохи»)» [35: 170]. Исследователи указывают: «Яркой чертой коммуникативной среды села является её открытость, обусловленная прежде всего фактором личного знакомства жителей» [37: 43]; «чем ближе к городу, тем больше сельский житель вынужден открываться, идти на контакт» [38: 76].

Наше любопытство обращено к небольшому деревенскому социуму Нижнедевицкого района. Местная речь населения предоставила возможность для проведения лингвистического анализа наиболее выделяющихся её креативных характеристик.

Скупая Потудань – населённый пункт в составе Скупопотуданского сельского поселения Нижнедевицкого муниципального района Воронежской области. < Основано в конце XVIII века крестьянами села Истобное⁹. Поселение расположено в живописном уголке по берегам одноимённой реки – Скупая Потудань. < Удалённость от Нижнедевицкого района – 45 км. < Самая южная точка района и самая малонаселённое поселение. < Основное население занимается земледелием, выращивают скот и птицу¹⁰. По переписи 2021 года в селе проживало 256 человек¹¹, в настоящее время – значительно меньше.

Методы исследования

В статье применены метод опроса, стационарного наблюдения, описания и анализа.

Объектом исследовательского интереса выступила оригинальная в своём роде речь скупопотуданцев. Она зарегистрирована в 2024 году в процессе общения с немногочисленными коренными жителями села.

Результаты и дискуссия

Ранее не изученные черты речи проживающих в заброшенном населённом пункте Воронежской области привлекли наше внимания. Они иллюстрируют определённый интерес для исследователей и любителей народного слова.

Подчеркнём, что в качестве языкового материала использованы беседы с людьми старшей возрастной группы названного поселения.

Репрезентируем креативные особенности живого местного говора посредством его фонетических черт. В области вокализма отмечается:

1. Еканье (в первом предупредном слоге): [*аде́яла, асерча́ли, васемна́цать, весе́лья, жеребе́ц, затека́л, каренно́й, Ленину́рад, немно́шка, несём, ребё́нка*] и др. Интересно, что «в XIX веке еканье было произносительной нормой литературного языка (старшая произносительная норма)»¹².

2. Аканье (совпадающие в безударном положении [а] и [о]): [*аби́жены, абрабо́тайим, аве́ц, аурыза́лись, ау́чик, адала́, адна́, адна́о, ана́, аплáчиваишь, апы́скивал, асерча́ли, аста́лась, ате́ц, атказа́-*

⁹ Скупая Потудань, село / Воронежская Энциклопедия. Доступно по: <https://vrnency.ru/vol-1/ve-1-s/a-00098-s>. Ссылка активна на 01.03.2025. Skupaya Potudan, village / Voronezh Encyclopedia. Available at: <https://vrnency.ru/vol-1/ve-1-s/a-00098-s>. Accessed March 1, 2025 (In Russ.).

¹⁰ Скупопотуданское сельское поселения Нижнедевицкого муниципального района Воронежской области. Доступно по: <https://skupopotudanskoe-r20.gosweb.gosuslugi.ru/o-munitsipalnom-obrazovanii/naselennye-punkty/nazvanie-naselennogo-punkta-poseleniya-administrativnogo-okruga/>. Ссылка активна на 01.03.2025. Skupopotudanskoye rural settlement of Nizhnedevitsky municipal district of Voronezh region. Available at: <https://skupopotudanskoe-r20.gosweb.gosuslugi.ru/o-munitsipalnom-obrazovanii/naselennye-punkty/nazvanie-naselennogo-punkta-poseleniya-administrativnogo-okruga/>. Accessed March 1, 2025 (In Russ.).

¹¹ Скупая Потудань (село) – история, население, климат, координаты. Доступно по: [https://ru.ruwiki.ru/wiki/Скупая_Потудань_\(село\)](https://ru.ruwiki.ru/wiki/Скупая_Потудань_(село)). Ссылка активна на 01.03.2025. Skupaya Potudan (village) – history, population, climate, coordinates. Available at: [https://ru.ruwiki.ru/wiki/Скупая_Потудань_\(село\)](https://ru.ruwiki.ru/wiki/Скупая_Потудань_(село)). Accessed March 1, 2025 (In Russ.).

¹² Структура старых русских диалектов. Доступно по: http://dialekt.vspu.ru/sites/dialekt.vspu.ru/files/lekciya_3.1_0.pdf. Ссылка активна на 01.03.2025. The structure of old Russian dialects. Available at: http://dialekt.vspu.ru/sites/dialekt.vspu.ru/files/lekciya_3.1_0.pdf. Accessed March 1, 2025 (In Russ.).

лись, *атпрашываішысь, атработал, атрэже, аттэда, атхаживала, атчытываца, баўата, бальніца, бальшым, вадзілі, ваеннай, вазіл, Варонеж, васемнацать, вастанаўліваць, выпалнялі, выстраілі, ўрамацнасьць, ўрядачкі, дабавляюць, дабрó, дажываю, даступна, даярка, забалёл, зяраслі, ражэлася, раскалачэна, садэръживая, сасэды, сасэтка, свайх, свинама́тки, скаті́на, со́кал, спако́йная, старажэ́, старана́, страува́тый, су́паросныя, сха́дзіць, тапі́л, улажы́л, хазя́ин, хазя́йства, ха́дзіл, харані́лі, харо́шая, чела́век, э́та* и др.

3. Диссимилятивное яканье (в первом предударном слоге): [*бяжы́ць, дярэ́вня, дяржэ́лі, дяті́шук, ляжэ́л, нямно́жечкі, няро́дная, павязэ́л, пася́ліл, перя́шлі, правя́л, прая́жэ́л, прыя́жэ́лі, пшы́ком*] и др.

4. Сохранение этимологического *е, не перешедшего в [’о]: [*е́е, с е́е, живе́шь, заведе́тся*] – её, с её, живе́шь, заведётся и др. И, наоборот, произношение ударного [о] на месте [е]: [*до че́ю, све́т, цо́бка*] – до чего́, свет, цепкая и др.

5. Редукция гласного в начале слова: [*уа́рот*] – о́город – качество южнорусских говоров.

6. Выпадение гласного звука – диереза: [*аби́жна, зва́ть, прася́та*] – обижена, зовут, поросята и др. Эта черта характерна для многих южнорусских и среднерусских диалектов.

7. Появление [у] перед начальным [в]: [*увязде́*] – везде. Данное качество свойственно южнорусским говорам.

8. Ассимиляция гласного звука: [*куды́, неча́ю, пача́му, сабе́, суды́, табе́*] – ничего, почему, себе, сюда, тебе и др. Названный признак наблюдается и в других южнорусских диалектах.

9. Диссимиляция гласного звука: [*аттэ́да*] – оттуда.

10. Появление гласного в конце слова: [*балэ́зня, не́ту*] – болезнь, нет и др. И, наоборот, его исчезновение: [*прям*] – прямо.

В области консонантизма обнаруживается:

1. Звук у – фрикативный: [*ау́а, ау́чик, адна́ю, ба́уата, бе́уала, бригаи́р, вы́уреба́л, уа́аривала, уа́лов, уа́рмобі́кі, уа́с, уа́тэвю́ть, ула́вное, ула́ски, уля́нишы, у́ода, у́орка, у́рамацна́сьць, у́рані́т, у́рань, у́сэ́й, де́ньу́, до́ла, дру́гой, е́ю, мно́уа, ка́ждауа, кой-че́ю, крупна́рау́а́тый, лью́ота, ма́уазі́н, мно́уа, на́уляды́вал, не́ю́ж, неча́ю, ника́юда́, ника́ю, но́уауа, па́дру́уа, па́мауа́л, па́мно́уа, па́тару́уа, па́харан́науа, пе́рвауа*] и др. Представленная черта характерна для южновеликорусского наречия.

2. Полная ассимиляция согласного: [*аста́ни́ссы, уя́жжэ́ць*] – останешься, уезжать и др.

3. Диссимиляция: [*ни́хто́, х́то*] – никто, кто и др.

4. Сохранение [л] в интервокальном положении (между гласными звуками): [*а́брабо́тајим, ма́ло-де́нька́ја, ма́тюка́ју́ть, на́зывает́ца*] – обрабатываем, молоденькая, матюкают, называется и др.

5. Звук [в] перед согласными произносится в 2-х вариантах: как [у] неслоговой и как губно-зубной [в]: [*уа́добу, с Се́ме́нуки, уме́сти, у́яре́т, усе́, ута́рой; две́, каро́ва, ма́лдава́ні*] и др. Это фонетическое явление – результат обусловленного заселением региона процесса сосуществования на территории Воронежской области черт близкородственных русского и украинского языков.

6. На месте звука [ш] произносится [х]: [*слу́хал*] – слушал.

7. На месте звука [ч] отмечен [ш]: [*па́лэ́кшае́*] – полегчаёт. Это произношение было свойственно старомосковскому говору.

8. На месте [ф] употребляется [х] или [хв]: [*ти́лехво́н, то́рх*] – телефон, торф и др. Как отмечает С.В. Князев, «в некоторых диалектах (в части псковских, а также большинстве южных, кроме части рязанских говоров) отсутствуют глухие щелевые фонемы <ф> и <ф’>. Такие системы являются наиболее архаическими <...>. В подобных говорах в заимствованных словах на месте <ф> литературного языка произносятся сочетания [хв], [хw] или [хф]»¹³.

9. Замена согласного [м] на [н]: [*канба́ёр*] – комбайнер.

10. Мягкие согласные на месте твёрдых: [*нямно́жечкі, ско́льки*] – немножечко, сколько и др.

11. Аффрикаты [ц] и [ч] различаются: [*аве́ц, ате́ц, бальні́ца, васемна́цать, два́цать, здра́вэце, кря́сцы́, ме́сяца, ссо́рюца, тrenáцать; до́чири, за́чали, клю́чы, ко́нчена, нача́ли, нача́льник, ни́чаю́, па́вара́чвае́шь, па́рті́че, па́тихо́ничку, пача́му, плóтничі́ть, раскала́чэна, ре́чка*] и др.

¹³ Князев С.В. Русская диалектная фонетика. Москва: Изд-во МГУ; 2008: 42. Доступно по: <https://m.eruditor.one/file/532326/>. Ссылка активна на 01.03.2025. Knyazev S.V. Russian dialect phonetics. Moscow: Publishing House of Moscow State University; 2008: 42. Available at: <https://m.eruditor.one/file/532326/>. Accessed March 1, 2025 (In Russ.).

Названная черта характерна современному русскому литературному языку.

12. Утрата начального согласного: [*де, тарóй*] – где, второй и др.

13. Выпадение согласного звука в середине слова – диереза: [*есть, канбаёр, пасымáя, сымáл, тады́, тада́*] – есть, комбайнер, снимает, снимал, тогда.

14. Отмечено употребление и литературного [*и:*]: [*пóмащью, щáвель*], и отвердевшего долгого мягкого согласного [*и:*]: [*еи́шó, же́нщина*] – ещё, женщина и др.

Кроме вышеназванного, в речи скупопотуданцев наблюдается:

* увеличение основы слова за счёт появления гласных и / или согласных звуков: [*уавáривала, завéдующий, пáхивал, разéхали́тися, руу́вать, садéрживал*] – говорила, заведующий, пахал, разъехались, ругать, содержал и др.;

* упрощение отдельных звуков, гласных и/или согласных и их групп: [*бóле, уо, здарóвце, ничё, милёны, мош, пабóле, парáни, Стар Аскол, то́ка, трéтиму, щас*] – больше, Господь, здоровьице, ничего, миллионы, может, побольше, пораньше, Старый Оскол, только, третьему, сейчас и др.;

* диалектное ударение (ударение, отличное от литературного языка): [*далё́ка, звóне, кило́метра, ко́су, неда́лка, нача́ли, не нуже́н, няро́дная, па лю́дям, раскала́ена*] – далеко́, звонит, киломе́тра, ко́су, недалеко́, нача́ли, не ну́жен, неродна́я, по лю́дям, расколо́чено и др.

Нам удалось установить и другие характеристики местного диалекта. Речевые произведения диалектоносителей действительно демонстрируют креативные грамматические (морфологические) особенности говора. Репрезентируем их далее:

1. У существительных 3-го склонения женского рода в именительном падеже в форме единственного числа зафиксировано окончание -я на месте нулевого – наблюдается изменение в склонении (1 скл.): [*Жи́зня шла. И вот табе́ и жи́зня. Жи́зня так-та была́ харо́шая. Жи́зня ко́нчена, фсе́. Кака́я-та уве́трелася балéзня*] и др.

2. У существительного женского рода в именительном падеже в форме множественного числа зафиксировано окончание -е на месте -ы: [*Две каро́ве дя́ржа́ли*].

3. У существительных и местоимений в творительном падеже в форме единственного числа на месте -ой наблюдается флексия -ою: [*Ля́жэ́ла там пята́нцать дней зимо́ю. С па́дру́ою щас то́ка разу́авáривала*] и др.

4. У существительного в родительном падеже в форме множественного числа зафиксировано окончание -ов на месте нулевого: [*Дяло́в то́же мно́уа. Када́ уи́ во́семдися́т уадо́в*] и др.

5. У личного местоимения 1-го лица в дательном, родительном и винительном падеже на конце -е: [*Дет стра́уавáтый у мене́ был. Дочь няро́дная у мене́. Дет у мене́ вот был ва́еннай. Каси́ть он мене́ научи́л. Есть у мене́ васемна́цать со́так. Две до́чери у мене́ и сын ади́н. Дети́ у мене́ не́ была. И у́ра́матнасти у мене́ нечё не́ту. Патóм а́на мене́ у́авáривать. Вот а́на мене́ садéрживая. Тут а́на мене́ атха́живала. В О́стри́нке па́дру́а у мене́*] и др. Эта черта типична для южнорусских говоров.

6. У личного местоимения 3-го лица в форме единственного числа отмечено -ей на конце: [*Муж у ней прапа́л. И вот я до ней пазва́ню. Пасыма́я у ней. У ней рабо́тае муж. Был у нас ат ней э́тат же́ребéц*] и др.

7. На месте [-ово, -ево] употребляется [-ауо (ауа), -еуо]: [*еуó, у кауó, у ка́ждауа*] и др.

8. Зафиксированы прилагательные в краткой форме: [*неуóж, ничё харо́ша*] – негожий (негодный), ничего хорошего и др.

9. В ряду глаголов 3-го лица единственного числа отсутствует флексия -т на конце: [*Дед мне ко́су на́ладе. Мо́же, Бох их зна́я. И уи́ а́на се́ла ни рабо́тая. Кто зна́е. Бальни́ца лю́бя де́нюшки. Сын он изря́дна выпивáя. Тилехво́н часто партáче. Мне сбéуа а́на. Тут памау́а. Патару́уа и ка мне. Тут мне звóне. А́на и захо́дя. Сасéтка при́де. К пра́знику пасыма́я. Зало́живаишь, и вот а́на сама́ мо́е. И сама́ там щи́титáй су́ше. Сама́ сыма́е, сама́ пыхáе. Прихо́де, ве́шае мне усё. Ра́на встава́я. А́на маши́ну имéя*] и др. Названное качество характерно южнорусским диалектам.

10. В части глаголов 3-го лица единственного и множественного числа наблюдается флексия -ть на конце: [*Вро́ди бальни́цу хва́лють. Дет до́луа не праживе́ть. Мне тут усё и сде́лають. Када́ зёрну́шка даду́ть. Щас каро́ф а́ни уа́товють. А́на в мауа́зи́н бяжи́ть*] и др. Данный признак типичен для южнорусских говоров.

11. В возвратных глаголах постфикс -ся зарегистрирован на месте -сь: [*Труди́лася я. Патóм сасéди разéхали́тися. Устро́илася к сасéду на рабо́ту. Тада́ не ауры́зали́ся. Ня вы́училася ничё. И ничё у*

менé не получи́лася] и др. И постфикс -си на месте -ся: [Атп́ра́ииваишьси и дабрó. Ужé атрабо́талси. Завтра аста́ниси] и др. Представленная черта свойственна южнорусским диалектам.

12. Наблюдается использование предлога «до» на месте «к»: [И вот я до ней пазваню́. До ней ка́да и схажу́] и др.

13. Предлог «у» функционирует в значении «в»: [У дярэ́вне пражі́ли. У пёрвай пахади́ла. И у калхо́зи хади́ла слуха́ла. У штабеля́ кла́ли. Уляте́ла кака́я-та у друго́й. Ту́та у Скупóй был жеребе́ц. У атда-лёнасти жи́ли мы. У Стар Аско́л вази́ла я еу́б. У две ты́сячи утарóм. У Стар Аско́л я яуо чэ́рыс двух трэ́тиму врачу́ павязла. А сын у Варо́неже. У жи́зни ничё харо́ша не́ была. Ка́да не у си́лах у мауа́зін схаді́ть. У калхо́зе свёклу палóла] и др.

14. Иногда отмечается пропуск предлога в предложении: [Да́же де́ду на го́т не приа́жжа́ли] – Даже к деду на год не приезжали.

15. Частицы -то и ж: [Памау́ли-та мне. А э́ти пачаму́-та го́ зная. Мы ж у дярэ́вне пражі́ли. Ані ж раба́тають] и др.

16. Союз «ды» (да) в значении «и»: [Э́ти ды ка́кие-та за́расли еишо́. Ды ше́сть сезо́нав праэ́здила туды́] и др.

17. Разрушение категории среднего рода, его переход в женский: [Вот табе́ и та́кая де́ла. Хазя́йства бы́л у нас] – Вот тебе и такое дело. Хозяйство было у нас и др.

Представим выделяющиеся синтаксические черты скупопотуданского говора:

1. В роли сказуемого, кроме глаголов, выступают причастия: [Ту́та усе́ раскала́чена. Мы с де́дом не аби́жены. Ту́та ража́дена] и др.

2. Употребление в речи диалектного и просторечного сочетания (предлог «с» + родительный падеж): [С Семёноуки труди́лися. С мауа́зіна бяжи́ть ка́ мне] и др.

3. Свободный порядок слов: [С де́дам жи́ли ня ссо́рились мы. Щас каро́ф ані уа́твóють. Сын он изря́дна вытыва́я. И вот а́на́ мне с по́машью е́е правля́а. Мне сбéу́я а́на́. Тут мне звóне ча́ста а́на́. Пакупáе а́на́ мне фсё́ на свéте. Харо́шая а́на́ атна́сі́тельная. Свайі́х не́ту дете́й. Тежéлые де́ти а́ні. Раба́тала хто даст чау́б. Сэ́на у кау́б там вы́уреба́ли. Шко́лу не́кауда́ бы́ла канча́ть. Ска́тінай не аби́жены бы́ли мы. Па тро́шки там да́шь. Ездила у Лене́нра́дскай о́бласть ше́сть сезо́нав] и др.

Таким образом, в фокусе нашего внимания оказались яркие фонетические и грамматические (морфологические и синтаксические) диалектные черты жителей старшей возрастной группы села Скупая Потудань Нижнедевицкого района Воронежской области.

Таблица 1. Особенности скупопотуданского говора
Table 1. Features of the Scupopotudan dialect

Особенности фонетики говора	
черты гласных звуков	черты согласных звуков
* еканье и диссимилятивное яканье (в первом предударном слоге);	* у – фрикативный;
* аканье (совпадающие в безударном положении [а] и [о]);	* полная ассимиляция согласного;
* сохранение этимологического е, не перешедшего в [’о], и произношение ударного [о] на месте [е];	* диссимиляция согласного звука;
* редукция гласного в начале слова;	* сохранение [j] в интервокальном положении;
* диереза;	* звук [в] как [у] неслоговой и как губно-зубной [в];
* появление [у] перед начальным [в];	* звук [х] на месте [ш];
* ассимиляция гласного звука;	* звук [ш] на месте [ч];
* диссимиляция гласного звука;	* [х] и [хв] на месте [ф];
* появление гласного в конце слова и его исчезновение и др.	* замена [м] на [н];
	* мягкие согласные на месте твёрдых;
	* различающиеся аффрикаты [ц] и [ч];
	* утрата начального согласного;
	* диереза;
	* употребление литературного [ш:] и отвердевшего долгого мягкого согласного [ш:];

*упрощение отдельных звуков, гласных и/или согласных и их групп;
*увеличение основы слова за счёт появления гласных и / или согласных звуков;
* диалектное ударение в словах.
Особенности морфологии говора
Имена существительные
*наблюдается изменение в склонении (3-е переходит в 1-е склонение);
* в женском роде в именительном падеже в форме множественного числа окончание <i>-е</i> на месте <i>-ы</i> ;
* в творительном падеже в форме единственного числа на месте <i>-ой /-ей</i> – флексия <i>-ою/-ею</i> ;
* в родительном падеже в форме множественного числа окончание <i>-ов</i> на месте нулевого
Местоимения
* личное местоимение 1-го лица в дательном, родительном и винительном падеже оканчивается на <i>-е</i> ;
* личное местоимение 3-го лица в форме единственного числа оканчивается на <i>-ей</i> ;
* в творительном падеже в форме единственного числа на месте <i>-ой</i> – флексия <i>-ою</i>
Глаголы
* у глаголов в форме 3-го лица единственного числа отсутствует флексия <i>-т</i> на конце;
* в форме 3-го лица единственного и множественного числа отмечена флексия <i>-ть</i> на конце;
* в возвратных глаголах постфикс <i>-ся</i> на месте <i>-сь</i> , постфикс <i>-си</i> на месте <i>-ся</i> и др.
* подтверждено разрушение категории среднего рода.
Предлоги
* предлог «до» используется на месте «к»;
* предлог «у» на месте «в»
Особенности синтаксиса говора
* в роли сказуемого, кроме глаголов, выступают причастия;
* употребляются диалектное и просторечное сочетания (предлог «с» + родительный падеж);
* наблюдается свободный порядок слов в предложениях

Полевой материал, зафиксированный нами в третьем десятилетии XXI века в диалектном сообществе, позволил заключить, что исследуемый говор включает определённый набор выделяющихся характеристик и в данной языковой ситуации представляет собой интересное лингвистическое явление.

Безусловно, благодаря людям старшего возраста в деревенских социумах страны по-прежнему по-разному звучит диалектная речь – особенная, на наш взгляд, изюминка языка. В ней ещё очень много неразгаданного. Следует согласиться с мнением Л.И. Гришаевой: «Нет и не может быть абсолюта креативности, есть всегда подвижное соотношение конвенциональности и креативности, нормативности и отклонения от нормы» [5: 26].

К аналогичному результату приходит известный воронежский исследователь А.Д. Черенкова: «Представители старшего поколения в основном говорят на диалекте, но имеют хорошее представление о существовании двух языков: местного, родного, с одной стороны, и литературного, городского – с другой» [26: 127].

Хочется верить, что оптимистичный прогноз о будущем говоров сбудется: «Диалекты не исчезнут до тех пор, пока есть носители диалектов на сельских территориях»¹⁴.

Заключение

Итак, нами выявлены и в настоящем научном сочинении продемонстрированы 42 отличительные черты скупопотуданского говора: 26 фонетических и 16 грамматических (морфологических и синтаксических) особенностей. На основании проведённого анализа мы пришли к выводу о том, что живая народная речь – это многогранное явление, качества которого прослеживаются на разных языковых уровнях. В естественном речевом общении диалектные черты наиболее ярко проявляются в фонетике.

¹⁴ Исаев И.И. Диалекты русского языка. 2016. Доступно по: <https://postnauka.org/faq/60031>. Ссылка активна на 01.03.2025. Isaev I.I. Dialects of the Russian language. 2016. Available at: <https://postnauka.org/faq/60031>. Accessed March 1, 2025 (In Russ.).

Считаем, несмотря на изменения, стремительно происходящие в современной жизни людей: улучшение качества оказываемых услуг, появление автоматизированных технологий и в связи с этим проникновение литературного языка (в том числе новой лексики) во все сферы деятельности, в данный период развития языка говор Скупой Потудани сохраняет основные исконные признаки южнорусского диалекта. Подчеркнём, это становится возможным благодаря проживанию в сельском пространстве большей частью старожилов и долгожителей. Речевое творчество местных жителей отдалено от установленных нормами шаблонов.

Материал, зарегистрированный в полевых условиях и репрезентированный в настоящей работе, имеет научную ценность и позволяет считать представленную народную речь нестандартным продуктом естественной деятельности сельского жителя в современном мире, когда литературный язык повсеместно распространяется в жизненное пространство. На наш взгляд, креативность, проявляемая в говоре посредством его специфических особенностей и мышлении скупопотуданцев, и целостность характеристик местного диалекта как средства коммуникации XXI века обусловлены оседлым образом жизни коренного населения. Живое слово местного селянина транслирует его многоплановость: устойчивость во времени, традиционную сохранность, самобытность социума и креативную картину мира.

Надо учесть, что в соседних поселениях с большим количеством жителей наблюдается несколько иная картина.

В заключение смеем утверждать, что некогда крупный населённый пункт Черноземья постепенно вымирает, как бесследно исчезают десятки сельских поселений России. И от этого факта становится печально.

По результатам наблюдений очевидно, с уходом из жизни скупопотуданцев старшей возрастной группы постепенно прекращает существовать неповторимая народная речь. Бесспорно, она является зеркальным отражением творческого деревенского коллектива, хранилищем достоверных сведений о целой эпохе, истории сельчан и большой страны, оригинальном быте и укладе жизни, взглядах на деятельность и особый окружающий мир. В ней уникальный, креативный опыт предшествующих поколений, передающийся через родственные связи в коммуникативном пространстве, деревенскую семью с сильными кровными узами. Примечательно, что в третьем десятилетии XXI столетия он становится крайне актуальным.

Надеемся, российская деревня вновь возродится и обретёт своё заслуженное право на достойную жизнь.

Полагаем, что настоящее научное сочинение становится небольшим вкладом в общенациональное дело по фиксации и сохранению живого русского слова – ценнейшего источника великой истории государства и его самобытного народа.

Список литературы

1. Крючкова О.Ю., Гольдин В.Е. Русские народные говоры как национальное богатство и необходимость культурно-языковой политики в России. *Инновационная Россия*. М.: ФОРУМ, 2010: 187-198. Доступно по: https://old.sgu.ru/sites/default/files/textdocsfiles/2018/12/19/rus._nar._govory_kak_nac._bogatstvo.pdf. Ссылка активна на 01.03.2025.
2. Толстой Л.Н. Дневники. 1902 г. Собрание сочинений в 22 тт. М.: Художественная литература. 1985; 22: 142-150. Доступно по: https://rvb.ru/tolstoy/01text/vol_22/1489.htm. Ссылка активна на 01.03.2025.
3. Недоступова Л.В. Особенности воронцовского говора Воронежской области. *Вестник Удмуртского университета. Серия «История и филология»*. 2023; 34(4): 767-773. <https://doi.org/10.35634/2412-9534-2024-34-4-767-773>.
4. Заботкина В.И. Креативность личности в языке и коммуникации. *Вестник РГГУ. Серия «Литературоведение. Языкознание. Культурология»*. 2022; 8(2): 182-192. <https://doi.org/10.28995/2686-7249-2022-8-182-192>.
5. Гришаева Л.И. Креативность как сущностное и неотъемлемое свойство носителей языка и культуры. *Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация*. 2022; 1: 17-27. <https://doi.org/10.17308/lic.2022.1/8992>.
6. Зыкова И.В. Метаязык лингвокультурологии: константы и варианты. М.: Гнозис; 2017. Доступно по: https://iling-ran.ru/zykova/metayazyk_linguocult_abstract.pdf. Ссылка активна на 01.03.2025.

7. Беляевская Е.Г. Лингвистическая креативность: нарушение нормы? *Вопросы психолингвистики*. 2022; 3(53): 62-73. <https://doi.org/10.30982/2077-5911-2022-53-3-62-73>.
8. Anders C.A., Hundt M., Lasch A. *Perceptual Dialectology. Neue Wege der Dialektologie*. Berlin: de Gruyter. 2010. Доступно по: https://www.academia.edu/31145587/Christina_A_Anders_Markus_Hundt_and_Alexander_Lasch_Hgg_2010_Perceptual_Dialectology_Neue_Wege_der_Dialektologie_LIT_38_Berlin_New_York_de_Gruyter_Leseprobe_. Ссылка активна на 01.03.2025.
9. Löffler H. Zu den Wurzeln der Perceptual Dialectology in der traditionellen Dialektologie. Eine Spurensuche. *Perceptual Dialectology. Neue Wege der Dialektologie* / C.A. Anders, M. Hundt, A. Lasch. Berlin: de Gruyter, 2010: 31-50. <https://doi.org/10.1515/9783110227529.1.31>.
10. Кочева А. Карта «Българският език на ново място по света». София: Институт за български език «Проф. Любомир Андрейчин»: Академично издателство «Проф. Марин Дринов», 2016. Доступно по: https://rusneb.ru/catalog/000200_000018_RU_NLR_BIBL_A_011794264/. Ссылка активна на 01.03.2025.
11. Керемидчиева С. Диалекты и диалектология в Болгарии в начале XXI века. *Труды ИРЯ РАН им. В.В. Виноградова*. 2018; 1 (15): 113-135. Доступно по: <https://trudy.ruslang.ru/ru/archive/2018-1/113-135>. Ссылка активна на 01.03.2025.
12. Вендина Т.И. Онтология лингвистической карты. Институт славяноведения РАН. СПб.: Нестор-История; 2023: 452. Доступно по: <https://inslav.ru/publication/vendina-ti-ontologiya-lingvisticheskoy-karty-m-spb-2023>. Ссылка активна на 01.03.2025.
13. Вендина Т.И. Русская диалектная лексика в ареальном аспекте. *Лексический атлас русских народных говоров (Материалы и исследования)*. СПб.: ИЛИ РАН; 2024: 81-106. Доступно по: <https://iling.spb.ru/publications/4189>. Ссылка активна на 01.03.2025.
14. Костючук Л.Я. К выходу второго тома ЛАРНГ «Животный мир» (содружество свершенного и познание нового в народной речи). *Лексический атлас русских народных говоров (Материалы и исследования)*. СПб.: ИЛИ РАН; 2023: 245-253. Доступно по: <https://iling.spb.ru/publications/3257>. Ссылка активна на 01.03.2025.
15. Баженова Т.Е. Лингвистическая интерпретация ландшафта средствами диалектной тельмографической лексики. *Лексический атлас русских народных говоров (Материалы и исследования)*. СПб.: ИЛИ РАН; 2023: 19-31. Доступно по: <https://iling.spb.ru/publications/3257>. Ссылка активна на 01.03.2025.
16. Ганцовская Н.С., Неганова Г.Д. Региональная лексикография и задачи отражения лексики различных тематических групп в ЛАРНГ. *Лексический атлас русских народных говоров (Материалы и исследования)*. СПб.: ИЛИ РАН; 2023: 118-131. Доступно по: <https://iling.spb.ru/publications/3257>. Ссылка активна на 01.03.2025.
17. Приображенский А.В. Наименования родника, ключа в русских народных говорах (по данным ЛАРНГ). *Лексический атлас русских народных говоров (Материалы и исследования)*. СПб.: ИЛИ РАН; 2023: 324-342. Доступно по: <https://iling.spb.ru/publications/3257>. Ссылка активна на 01.03.2025.
18. Грибовская Н.Ю. Характеристика человека по состоянию здоровья (на материале тверских говоров). *Лексический атлас русских народных говоров (Материалы и исследования)*. СПб.: ИЛИ РАН; 2022: 114-122. Доступно по: <https://iling.spb.ru/publications/1749>. Ссылка активна на 01.03.2025.
19. Жданова Е.А. Словообразовательные особенности лексики группы «Растительный мир» в русских говорах Удмуртии. *Лексический атлас русских народных говоров (Материалы и исследования)*. СПб.: ИЛИ РАН; 2022: 114-122. Доступно по: <https://iling.spb.ru/publications/1749>. Ссылка активна на 01.03.2025.
20. Лесников С.В., Мызников С.А. Эксерпторно-эксплицитные дефиниции ключевых понятий мятаязыка диалектологии. *Лексический атлас русских народных говоров (Материалы и исследования)*. СПб.: ИЛИ РАН; 2020: 472-549. Доступно по: <https://iling.spb.ru/publications/554>. Ссылка активна на 01.03.2025.
21. Березович Е.Л., Малькова Я.В. «Напряжённое» звучание в обрядности и магии (на материале культурно-языковой традиции Костромской области). *Уральский исторический вестник*. 2024; 2 (83): 24-33. [https://doi.org/10.30759/1728-9718-2024-2\(83\)-24-33](https://doi.org/10.30759/1728-9718-2024-2(83)-24-33).
22. Гумбольдт В. Избранные труды по языкознанию: Пер. с нем. М.: ОАО ИГ «Прогресс»; 2000. Доступно по: <https://djvu.online/file/fDhMTtZ2nxKM1>. Ссылка активна на 01.03.2025.
23. Костючук Л.Я. О псковских говорах: Летопись. Глава 2-я. *Псковская губерния*. Псков. 2001; 6(26). Доступно по: https://gubernia.pskovregion.org/number_26/7.php. Ссылка активна на 01.03.2025.

24. Дьяченко С.В., Пилипенко Г.П., Саенко М.Н. Из экспедиционных записей в с. Юдино Воронежской области: взаимодействие местного украинского говора с русским языком. *Русская речь*. 2024; 6: 7-18. <https://doi.org/10.31857/S0131611724050018>.
25. Черенкова А.Д. Новая диалектная лексика (на материале наименований одного самодельного сельскохозяйственного орудия труда в говорах Воронежской области). *Проблемы изучения живого русского слова на рубеже тысячелетий*. 2023; 1: 181-187. Доступно по: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=63353646>. Ссылка активна на 01.03.2025.
26. Черенкова А.Д. Развитие диалекта в условиях диглоссии. *Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация*. 2024; 1: 122-128. <https://doi.org/10.17308/lic/1680-5755/2024/1/122-128>.
27. Карасёва Т.В. Названия водного транспорта в воронежских говорах. *Диалектологический альманах*. 2022; 4: 60-64. Доступно по: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=49753792>. Ссылка активна на 01.03.2025.
28. Панова М.В. Мотивировочные признаки в наименованиях женской рубахи в воронежских говорах. *Диалектологический альманах*. 2022; 4: 100-114. Доступно по: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=49753792>. Ссылка активна на 01.03.2025.
29. Верховых Л.Н. Семантика лексемы казинка в русских народных говорах и ономастиконе. *Лексический атлас русских народных говоров (Материалы и исследования)*. СПб.: ИЛИ РАН; 2022: 95-102. Доступно по: <https://iling.spb.ru/publications/1749>. Ссылка активна на 01.03.2025.
30. Куйдина Е.П. Названия рыб в каширских говорах. *Диалектологический альманах*. 2022; 4: 72-81. Доступно по: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=49753792>. Ссылка активна на 01.03.2025.
31. Токарева С.С. Лексическая наполненность третьего типа склонения в диалектах (по материалам говоров Воронежской области). *Лексический атлас русских народных говоров (Материалы и исследования)*. СПб.: ИЛИ РАН; 2023: 394-408. Доступно по: <https://iling.spb.ru/publications/3257>. Ссылка активна на 01.03.2025.
32. Гальцова Д.Н. Источники синонимических соответствий в воронежских говорах. *Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика*. 2022; 2: 33-41. Доступно по: <https://globalf5.com/Zhurnaly/Yazykoznanie-Lingvistika/Vestnik-VGU-Filologiya/vypusk-2022-2?article=334293>. Ссылка активна на 01.03.2025.
33. Недоступова Л.В. Традиция хлебоприготовления во второй половине XX века сельскими жителями Воронежской области (этнолингвистический аспект). *Международный научный журнал «Филологические науки. Научные доклады высшей школы»*. 2024; 4: 28-35. <https://doi.org/10.20339/PhS.4-24.028>.
34. Недоступова Л.В. О пище, напитках и их приготовлении в XX в. на юге Воронежской области. *Вестник славянских культур*. 2024; 73: 165-181. <https://doi.org/10.37816/2073-9567-2024-73-165-181>.
35. Воробьёва Н.А. Фразеологические варианты в свете креативной речевой деятельности диалектоносителей. *Уральский филологический вестник*. 2012; 3: 170-174. Доступно по: <https://cyberleninka.ru/article/n/frazeologicheskie-varianty-v-svete-kreativnoy-rechevoy-deyatelnosti-dialektonositeley>. Ссылка активна на 01.03.2025.
36. Дубровина С.Ю. Словообразовательная креативность лексики, эксплицирующей религиозные представления в русских говорах. *Вестник Рязанского государственного университета имени С. А. Есенина*. 2020; 3 (68): 84-91. <https://doi.org/10.37724/RSU.2020.68.3.009>.
37. Петрова Т.И., Фролова Т.В. Дискурсивные практики сельских жителей: на материале языка Приморья. *Мир русского слова*. 2020; 2: 142-147. <https://doi.org/10.24411/1811-1629-2020-12040>.
38. Фролова Т.В. Эпиграфический портрет дальневосточного посёлка. *Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика*. 2019; 2: 74-76. Доступно по: <http://www.vestnik.vsu.ru/pdf/philolog/2019/02/2019-02-19.pdf>. Ссылка активна на 01.03.2025.

References

1. Kryuchkova OYu, Goldin VE. Russian folk dialects as national wealth and the need for cultural and linguistic policy in Russia. *Innovative Russia*. Moscow: FORUM, 2010: 187-198. Available at: https://old.sgu.ru/sites/default/files/textdocsfiles/2018/12/19/rus_nar_govory_kak_nac_bogatstvo.pdf. Accessed March 1, 2025 (In Russ.).

2. Tolstoy LN. Diaries. 1902 Collected works in 22 volumes. Moscow: Fiction. 1985; 22: 142-150. Available at: https://rvb.ru/tolstoy/01text/vol_22/1489.htm. Accessed March 1, 2025 (In Russ.).
3. Nedostupova LV. Features of the Vorontsov dialect of the Voronezh region. *Bulletin of the Udmurt University. The series "History and Philology"*. 2023; 34(4): 767-773. <https://doi.org/10.35634/2412-9534-2024-34-4-767-773>. (In Russ.).
4. Zabotkina VI. Creativity of personality in language and communication. *Bulletin of the Russian State University of Economics. The series "Literary Criticism. Linguistics. Cultural studies"*. 2022; 8(2): 182-192. <https://doi.org/10.28995/2686-7249-2022-8-182-192>. (In Russ.).
5. Grishaeva LI. Creativity as an essential and integral characteristic of native speakers of a language and members of a particular culture. *Proceedings of Voronezh State University. Series: Linguistics and Intercultural Communication*. 2022; 1: 17-27. <https://doi.org/10.17308/lic.2022.1/8992>. (In Russ.).
6. Zykova IV. Metalanguage of linguaculturology: constants and variants. Moscow: Gnosis; 2017. (In Russ.).
7. Belyaevskaya EG. Linguistic creativity: a violation of the norm? *Issues of psycholinguistics*. 2022; 3(53): 62-73. <https://doi.org/10.30982/2077-5911-2022-53-3-62-73>. (In Russ.).
8. Anders CA, Hundt M, Lasch A. Peceptual Dialectology. *Neue Wege der Dialektologie*. Berlin: de Gruyter. 2010. Available at: https://www.academia.edu/31145587/Christina_A_Anders_Markus_Hundt_and_Alexander_Lasch_Hgg_2010_Perceptual_Dialectology_Neue_Wege_der_Dialektologie_LIT_38_Berlin_New_York_de_Gruyter_Leseprobe. Accessed March 1, 2025 (In Germ.).
9. Löffler H. Zu den Wurzeln der Perceptual Dialectology in der traditionellen Dialektologie. Eine Spurensuche. *Peceptual Dialectology. Neue Wege der Dialektologie / C.A. Anders, M. Hundt, A. Lasch*. Berlin: de Gruyter, 2010: 31-50. <https://doi.org/10.1515/9783110227529.1.31>. (In Germ.).
10. Kocheva A. The map "Bulgarian Yezik on novo miasto along the world". Sofia: Za bulgarski yezik Institute "Prof. Lyubomir Andreichin": Academic publishing house "Prof. Marin Drinov", 2016. Available at: https://rusneb.ru/catalog/000200_000018_RU_NLR_BIBL_A_011794264/. Accessed March 1, 2025 (In Bulg.).
11. Keremidchieva S. Dialects and dialectology in Bulgaria at the beginning of the 21st century. *Proceedings of the IRA of the Russian Academy of Sciences named after V.V. Vinogradov*. 2018; 1 (15): 113-135. Available at: <https://trudy.ruslang.ru/ru/archive/2018-1/113-135>. Accessed March 1, 2025 (In Russ.).
12. Vendina TI. Ontology of the linguistic map. Institute of Slavic Studies of the Russian Academy of Sciences. St. Petersburg: Nestor-Istoriya; 2023: 452. Available at: <https://inslav.ru/publication/vendina-ti-ontologiya-lingvisticheskoy-karty-m-spb-2023>. Accessed March 1, 2025. (In Russ.).
13. Vendina TI. Russian dialect vocabulary in the areal aspect. *Lexical atlas of Russian folk dialects (Materials and research)*. St. Petersburg: OR RAS; 2024: 81-106. Available at: <https://iling.spb.ru/publications/4189>. Accessed March 1, 2025. (In Russ.).
14. Kostyuchuk LYa. To the release of the second volume of the LARNG "Animal World" (the fellowship of the accomplished and the knowledge of the new in folk speech). *Lexical atlas of Russian folk dialects (Materials and research)*. St. Petersburg: OR RAS; 2023: 245-253. Available at: <https://iling.spb.ru/publications/3257>. Accessed March 1, 2025. (In Russ.).
15. Bazhenova TE. Linguistic interpretation of the landscape by means of dialect telmographic vocabulary. *Lexical atlas of Russian folk dialects (Materials and research)*. St. Petersburg: OR RAS; 2023: 19-31. Available at: <https://iling.spb.ru/publications/3257>. Accessed March 1, 2025. (In Russ.).
16. Gantsovskaya NS, Neganova GD. Regional lexicography and the tasks of reflecting the vocabulary of various thematic groups in the LARNG. *Lexical atlas of Russian folk dialects (Materials and research)*. St. Petersburg: OR RAS; 2023: 118-131. Available at: <https://iling.spb.ru/publications/3257>. Accessed March 1, 2025. (In Russ.).
17. Priobrazhensky AV. Names of the spring and key in Russian vernacular dialects (according to the data of the LARNG). *Lexical atlas of Russian folk dialects (Materials and research)*. St. Petersburg: OR RAS; 2023: 324-342. Available at: <https://iling.spb.ru/publications/3257>. Accessed March 1, 2025. (In Russ.).
18. Gribovskaya NY. Characteristics of a person for health reasons (based on the material of Tver dialects). *Lexical atlas of Russian folk dialects (Materials and research)*. St. Petersburg: OR RAS; 2022: 114-122. Available at: <https://iling.spb.ru/publications/1749>. Accessed March 1, 2025. (In Russ.).
19. Zhdanova EA. The word-formation features of the vocabulary of the group "Plant world" in the Russian dialects of Udmurtia. *Lexical atlas of Russian folk dialects (Materials and research)*. St. Petersburg: OR RAS; 2022: 114-122. Available at: <https://iling.spb.ru/publications/1749>. Accessed March 1, 2025. (In Russ.).

20. Lesnikov SV, Myznikov SA. Excerptorially explicit definitions of key concepts of dialectology meta-language. *Lexical atlas of Russian folk dialects (Materials and research)*. St. Petersburg: OR RAS; 2020: 472-549. Available at: <https://iling.spb.ru/publications/554>. Accessed March 1, 2025. (In Russ.).
21. Berezovich EL, Malkova YaV. “Tense” sounding in ritual and magic (based on the cultural and linguistic tradition of the Kostroma region). *Ural Historical Bulletin*. 2024; 2 (83): 24-33. [https://doi.org/10.30759/1728-9718-2024-2\(83\)-24-33](https://doi.org/10.30759/1728-9718-2024-2(83)-24-33). (In Russ.).
22. Humboldt V. Selected works on linguistics: Translated from German. Moscow: JSC IG Progress; 2000. Available at: <https://djvu.online/file/fDhMTtZ2nxKM1>. Accessed March 1, 2025. (In Russ.).
23. Kostyuchuk LYa. About Pskov dialects: A chronicle. Chapter 2. *Pskov province*. Pskov. 2001; 6(26). Available at: https://gubernia.pskovregion.org/number_26/7.php. Accessed March 1, 2025. (In Russ.).
24. Dyachenko SV, Pilipenko GP, Saenko MN. From expedition records in the village of Yudino, Voronezh region: interaction of the local Ukrainian dialect with the Russian language. *Russian speech*. 2024; 6: 7-18. <https://doi.org/10.31857/S0131611724050018>. (In Russ.).
25. Cherenkova AD. New dialect vocabulary (based on the material names of one self-made agricultural tool in the dialects of the Voronezh region). *Issues of studying the living Russian word at the turn of the millennium*. 2023; 1: 181-187. Available at: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=63353646>. Accessed March 1, 2025. (In Russ.).
26. Cherenkova AD. Dialect development under diglossian conditions. *Proceedings of Voronezh State University. Series: Linguistics and Intercultural Communication*. 2024; 1: 122-128. <https://doi.org/10.17308/lic/1680-5755/2024/1/122-128>. (In Russ.).
27. Karaseva TV. Names of water transport in Voronezh dialects. *Dialectological almanac*. 2022; 4: 60-64. Available at: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=49753792>. Accessed March 1, 2025. (In Russ.).
28. Panova MV. Motivational signs in the names of women’s shirts in Voronezh dialects. *Dialectological almanac*. 2022; 4: 100-114. Available at: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=49753792>. Accessed March 1, 2025. (In Russ.).
29. Verkhovyykh L.. Semantics of the Kazinka lexeme in Russian folk dialects and onomastics. *Lexical atlas of Russian folk dialects (Materials and research)*. St. Petersburg: OR RAS; 2022: 95-102. Available at: <https://iling.spb.ru/publications/1749>. Accessed March 1, 2025. (In Russ.).
30. Kuidina EP. Names of fish in Kashirsky dialects. *Dialectological almanac*. 2022; 4: 72-81. Available at: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=49753792>. Accessed March 1, 2025. (In Russ.).
31. Tokareva SS. Lexical content of the third type of declension in dialects (based on the dialects of the Voronezh region). *Lexical atlas of Russian folk dialects (Materials and research)*. St. Petersburg: OR RAS; 2023: 394-408. Available at: <https://iling.spb.ru/publications/3257>. Accessed March 1, 2025. (In Russ.).
32. Galtsova DN. Sources of synonymous correspondences in Voronezh dialects. *Bulletin of Voronezh State University. Series: Philology. Journalism*. 2022; 2: 33-41. Available at: <https://globalf5.com/Zhurnaly/Yazykoznanie-Lingvistika/Vestnik-VGU-Filologiya/vypusk-2022-2?article=334293>. Accessed March 1, 2025 (In Russ.).
33. Nedostupova LV. The tradition of bread making in the second half of the 20th century by rural residents of the Voronezh region (ethnolinguistic aspect). *The International scientific journal “Philological Sciences. Scientific reports of the higher school”*. Moscow. 2024; 4: 28-35. <https://doi.org/10.20339/PhS.4-24.028>. (In Russ.).
34. Nedostupova LV. About food, drinks and their preparation in the XX century in the south of the Voronezh region. *Bulletin of Slavic Cultures*. 2024; 73: 165-181. <https://doi.org/10.37816/2073-9567-2024-73-165-181>. (In Russ.).
35. Vorobyova NA. Phraseological variants in the light of the creative speech activity of dialect speakers. *Ural Philological Bulletin*. 2012; 3: 170-174 Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/frazeologicheskie-varianty-v-svete-kreativnoy-rechevoy-deyatelnosti-dialektonositeley>. Accessed March 1, 2025 (In Russ.).
36. Dubrovina SY. The word-formation creativity of vocabulary explicating religious beliefs in Russian dialects. *Bulletin of Ryazan State University named after S.A. Esenin*. 2020; 3 (68): 84-91. <https://doi.org/10.37724/RSU.2020.68.3.009>. (In Russ.).
37. Petrova TI, Frolova TV. Discursive practices of rural residents: based on the language of Primorye. *The world of the Russian word*. 2020; 2: 142-147. <https://doi.org/10.24411/1811-1629-2020-12040>. (In Russ.).

38. Frolova TV. Epigraphic portrait of a Far Eastern village. *Bulletin of the VSU. Series: Philology. Journalism*. 2019; 2: 74-76. Available by: <http://www.vestnik.vsu.ru/pdf/philolog/2019/02/2019-02-19.pdf>. Accessed March 1, 2025 (In Russ.).

История статьи:

Получена: 07.04.2025

Принята: 23.04.2025

Опубликована онлайн: 25.06.2025

Article history:

Received: 07.04.2025

Accepted: 23.04.2025

Published online: 25.06.2025

Сведения об авторе:

Недоступова Любовь Виниаминовна, кандидат филологических наук, доцент кафедры русского языка и межкультурной коммуникации, Воронежский государственный технический университет; Воронеж, Российская Федерация; e-mail: nedostupowa2009@yandex.ru.

Bionote:

Lubov V. Nedostupova, PhD (Philology), Assistant Professor, Voronezh State Technical University; Voronezh, Russian Federation; e-mail: nedostupowa2009@yandex.ru.



Original Paper: Herbert L. Colston. The roots of metaphor: the essence of thought. *Psychology of Language*. 2023 (14): 1197346.

Available at: <https://shs.hal.science/halshs-03877315/document>. This is an open access article distributed under the terms of Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC-BY 4.0).

МОДЕЛИ ЛИНГВОКРЕАТИВНОСТИ В ДИСКУРСЕ МАССМЕДИА И РЕКЛАМЫ

LINGUISTIC CREATIVITY MODELS IN THE MEDIA AND ADVERTISING

Original Paper

УДК 81`42+ 811.111

<https://doi.org/10.29025/2079-6021-2025-2-74-85>

Manifestation of the Linguistic Creativity in the English and Russian Economic Media Discourse

Nadezhda V. Bondareva¹, *Marina R. Zheltukhina²

¹Vice-Admiral V.A. Kornilov Marine Institute – Admiral F.F. Ushakov

Maritime State University, Sevastopol Branch;

11 Geroev-Sevastopolja Str., Build. 8/22, Sevastopol,

Russian Federation, 299001;

²Pyatigorsk State University;

9 Kalinin Ave., Pyatigorsk, Russian Federation, 357532;

¹ORCID ID: 0000-0001-9576-8386;

²ORCID ID: 0000-0001-7680-4003;

¹Web of Science Researcher ID: D-8002-2019;

²Web of Science Researcher ID: A-7301-2015;

²Scopus Author ID: 56669701900;

¹AuthorID: 1019899; ²AuthorID: 321401;

¹SPIN-code: 2413-0379; ²SPIN-code: 2798-8026;

*e-mail: zzmr@mail.ru

Abstract: The aim of the article is the manifestation of linguistic creativity in modern English and Russian economic media discourse. Different techniques and methods are used in the research: lexical and semantic analysis, descriptive and comparative analysis, analysis of the stylistic and emotional impact of using economic terminology in mass media texts, contrastive method. Interaction between texts types of the media discourse and the status of economic vocabulary units is established. The authors describe functioning and specific features of economic vocabulary in texts of news, on-line articles, presentations, business trainings, and advertisements. A certain range of unique characteristics of addressees, topic, functions, and goals makes a significant contribution to the study of the lexical and semantic originality of economic news texts, business trainings, advertising and other types of texts related to the media discourse. Each type of economic media text has a dominant function (informative, evaluative, suggestive, influencing, etc.), which prejudices the presence of the main lexical units and stylistic devices in this type of text. The cultural orientation of some types of texts causes the presence of figurative, emotive, and evaluative lexical units in them as manifestation of the

linguistic creativity. When working with such texts, it is necessary to understand the status of the economical lexical unit, its properties, and its role in the text according to the main function of this text. The theoretical significance of the work is due to the proposed classification of economical lexis in the modern media course from a functional point of view, since understanding the status of each lexical unit is necessary for its adequate interpretation in different cultures. From a practical viewpoint understanding the features of economic lexical units will allow you to create, interpret and translate presentations, business trainings, advertising articles, and other types of texts of the economic media discourse, using linguistic creativity and preserving their dominant function and impact on the addressee. Features of the lexical units used in economic media texts in both cultures have linguistic commonalities and their own unique characteristics. These specific national peculiarities must be considered.

Keywords: linguistic creativity, economic media discourse, genre, online-article, news, presentation, advertisement, linguaculture, function.

For citation: Bondareva N.V., Zheltukhina M.R. Manifestation of the linguistic creativity in the English and Russian economic media discourse. *Current Issues in Philology and Pedagogical Linguistics*. 2025, no 2, pp. 74–85. <https://doi.org/10.29025/2079-6021-2025-2-74-85>.

Оригинальная статья

<https://doi.org/10.29025/2079-6021-2025-2-74-85>

Проявление лингвокреативности в английском и русском экономическом медиадискурсе

Бондарева Н.В.¹, *Желтухина М.Р.²

¹Морской институт имени вице-адмирала В.А. Корнилова – Филиал
«ГМУ имени адмирала Ф.Ф. Ушакова» в г. Севастополь;
299001, Российская Федерация, Севастополь,
ул. Героев Севастополя, 11, корпус 8/22;

²Пятигорский государственный университет;
357532, Российская Федерация, Пятигорск, проспект Калинина, 9;

¹ORCID ID: 0000-0001-9576-8386;

²ORCID ID: 0000-0001-7680-4003;

¹Web of Science Researcher ID: D-8002-2019;

²Web of Science Researcher ID: A-7301-2015;

²Scopus Author ID: 56669701900;

¹AuthorID: 1019899; ²AuthhorID: 321401;

¹SPIN-код: 2413-0379; ²SPIN-код: 2798-8026;

*e-mail: zzmr@mail.ru

Аннотация: Целью статьи выступает проявление лингвистической креативности в современном английском и русском экономическом медиадискурсе. В исследовании используются различные методы анализа: лексико-семантический, описательный и сравнительный, анализ стилистического и эмоционального воздействия использования экономической терминологии в текстах СМИ, контрастивный метод. Установлено взаимодействие между типами текстов медиадискурса и статусом единиц экономической лексики. Авторы описывают функционирование и особенности экономической лексики в текстах новостей, онлайн-статьях, презентациях, бизнес-тренингах и рекламе. Определенный диапазон уникальных характеристик адресатов, тем, функций и целей вносит значительный вклад в изучение лексической и семантической оригинальности текстов экономических новостей, бизнес-тренингов, рекламы и других типов текстов, относящихся к медиадискурсу. Каждый тип текста экономических СМИ имеет доминирующую функцию (информативную, оценочную, суггестивную, влияющую и т.д.), что предопределяет наличие основных лексических единиц и стилистических приемов в этом типе текста.

Культурная ориентация некоторых типов текстов вызывает наличие в них образных, эмоциональных и оценочных лексических единиц как проявление креативности. При работе с такими текстами необходимо понимать статус экономической лексической единицы, ее свойства, роль в тексте согласно основной функции этого текста. Теоретически значимость работы обусловлена предложенной классификацией экономической лексики и определением статуса экономических лексических единиц в современном медиадискурсе. С практической точки зрения понимание особенностей экономических лексических единиц позволит вам создавать, интерпретировать и переводить презентации, бизнес-тренинги, рекламные статьи и другие типы текстов дискурса экономических СМИ, используя лингвистическое творчество и сохраняя их доминирующую функцию и влияние на адресата. Лексические единицы, используемые в текстах англоязычных и русскоязычных экономических СМИ, имеют как общие черты для этих двух языковых культур, так и специфические национальные особенности, которые необходимо учитывать при работе с такими текстами.

Ключевые слова: лингвокреативность; экономический медиадискурс; жанр; онлайн-статья; новости; реклама; презентация; лингвокультура; функция.

Для цитирования: Бондарева Н.В., Желтухина М.Р. Проявление лингвокреативности в английском и русском экономическом медиадискурсе. *Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики*. 2025. № 2. С. 74–85. <https://doi.org/10.29025/2079-6021-2025-2-74-85>(In Eng.).

Introduction

There is a growing need of new means for ensuring the effectiveness of intercultural contacts in the modern world. The components of different cultures combine in the people's mind and spontaneous media centers for the perception of cultural information, including in the sphere of economy, are created [1: 65]. On the one hand, new terminology and concepts result from linguistic reflections of economic realities. On the other hand, economic circumstances and processes at the national and global levels are influenced by economic media texts. Texts of news, advertisements, and online articles may be apprehended differently depending on the lexical units used in them. «The mass media texts not just display the surrounding reality and record the events happening around them objectively. They affect all socio-political processes in society directly or indirectly, clearly or in a hidden form» [2: 19–20].

The subject of our analysis is the lexis of economics. As we know, economics is on the border between technical and social sciences. On the one hand, economics is distinguished by its mathematical clarity and precision; on the other hand, its primary focus is on human relationships. This establishes how much the human element influences the conceptual framework of different economic science disciplines. As to linguistic level all said above determine the expression of economic vocabulary, the presence of numerous paradigmatic connections (polysemic, synonymous, homonymous, etc.).

Aim of the paper

This research aims to examine the characteristics of English and Russian economic lexical units within the context of media discourse. The following problems are discussed to achieve the set objective: 1) lexis in the media texts is considered from the functional point of view; 2) to determine the linguistic and cultural specificity of the economic vocabulary in the above-mentioned texts; 3) to determine similarities and variations in the representation of economic vocabulary in mass media texts in two linguistic cultures.

Literature review

Numerous Russian and foreign scholars in the fields of cognitive linguistics, pragmalinguistics, socio- and psycholinguistics, discourse linguistics, cultural linguistics, and intercultural communication have contributed to the theoretical foundation of our study (Dobrosklonskaya, 2005 [2]; Zheltukhina, 2014 [1]; Tameryan et al., 2018 [3]; Chilton, 2004 [4]; Dijk, 1997 [5]; Fowler, 1991 [6]; Franssila, 2013 [7]; Freedman, 2006 [8]; Scollon, 2001 [9]; Jamieson, Campbell, 1997, [10] etc.).

Research methods

Different techniques and analysis are used in the research: lexical and semantic analysis, descriptive and comparative analysis, analysis of the stylistic and emotional impact of using economic terminology in mass media texts, contrastive method. Analytical techniques significantly contribute to advancements in various fields of linguistic study. These include discourse linguistics, which examines language in context; semantics,

focusing on meaning; pragmatics, exploring how language is used in social interactions; lexicology, concerned with vocabulary; stylistics, analyzing literary expression; cognitive linguistics, investigating the relationship between language and thought; and socio- and psycholinguistics, examining the social and psychological aspects of language. Texts of news, presentations, business trainings, advertisements and online economic articles were used for obtaining objective data.

Results and Discussion

According to Kazak M. «the main categories of media text are: media (the realization of the text with the help of media means, the determination of the text using format and technical capabilities of the channel), mass (large-scale participation in the area of creation and consumption of media products), text integration or multikey (combing of different semiotic codes into the comprehensive unit), transparency of the text»¹ [11: 323].

The texts of news are considered the basic texts of the media as they effectively fulfill the primary purpose of mass communication: disseminating information. The following lexical units are widely used in the media economic texts of news:

– economic terms

current account,

deflation,

dividends,

investment,

stock exchange,

profitability,

exchange rate;

– acronyms and abbreviations

EMU - Economic and Monetary Union,

CPI - Consumer Price Index,

ECB (the European Central Bank),

WTO (the World Trade Organization),

GDP (gross domestic product);

– the names of various organizations and businesses

OJSC «Surgutneftegas»,

PJSC «LUKOIL»,

Rolls Royce,

Knightsbridge Furniture,

Loblow Companies Limited) etc.

The lexical composition of the news texts with the economic orientation is also characterized by the presence of economic realia which denote phenomena characteristic of a particular culture. «The national and cultural contents in these words are the core of their meaning, and they denote concepts that have no analogues in our economic reality» [12: 61]. These lexical components best capture the characteristics of a nation's economy within a specific time:

мавродики, мавробаксы – securities of phony joint stock company MMM, «Mavrodiki», «mavrobaksy»;

челночный бизнес – business of petty traders who regularly go abroad to buy saleable goods, «shuttle business»;

«A sales tax» – a tax paid to a governing body for the sales of certain goods and services;

«drugstore» which may be a side counter in a shopping mall or a supermarket that sells OTC medications as well as other cosmetic products.

The texts of news use evaluative and figurative vocabulary:

black cash,

outsider,

sluggish economy,

smart money,

a weak ruble.

¹ Здесь и далее перевод авторов.

This type of vocabulary can have either positive or negative emotional stylistic nuance. A comparative analysis reveals a higher frequency of figurative language employed in English news if compared with Russian texts of news.

So, English, and Russian economic vocabulary used in mass media news has the following differences:

– frequent use of Anglicisms and Americanisms in texts of Russian news:

лид-тайм (from English «leadtime»),

медиахолдинг (from English «media holding»),

офф-шор (from English «off-shore»),

трейдер (from English «trader»),

трейдинг (from English «trading»);

– presence of neologisms in English information texts:

flat white economy,

womenomics,

voice shopping,

e-trade,

friendshoring;

– trans terms in English information texts (the migration of the special field terms into media news):

hiccup – *a short-term drop in the stock price*;

circuit-breaker – *an emergency measure by exchanges to temporarily halt trading if the market or an individual security drops below a certain percentage*².

As it was mentioned above, the main function of news is informative. This function is not the only one in online articles. Such functions as evaluation and suggestive functions are also present in economic articles. Most of the online articles contain the author's attitude to the described events. Thus, the evaluation function is shown in such texts. The fact that practically every online economic article includes an explicit or implicit call to action serves to implement the suggestive function. In other words, these texts are the means of agitation, persuasion, and public opinion formation.

Of course, an economic article communicates information about certain economic events, such as the state of the market, the national and world economy, international trade, etc. But all this information in a media economic article should be available to a wide range of readers, so highly specialized economic terms are used in such articles quite rarely. In this regard, most economic mass media resources use the same media vocabulary. Articles of this kind do contain economic words, yet they are easily understood because of their broad semantics:

global economy,

profit,

investment,

monetary and fiscal policy.

Additionally, it should be mentioned that the economic mass media article's lexical and semantic originality is determined by its functional aspects, broad audience, and theme distinctiveness. «When the online article covers particular themes, such factors as universal interest, entertainment, and individual author's approach are put in the forefront» [13: 125]. Because of these factors, economic internet articles use lexical units like realia:

new Russians – *newly rich business class who made their fortune in the 1990s in post-Soviet Russia (in Russian articles)*³;

«shuttle» business – *«shuttle» trade emerged in the late 1980's in Russia and former Soviet Republics as an illegal business; a business of petty traders who regularly go abroad to buy saleable goods (in Russian articles)*⁴;

blue chips – *(of a company) considered to be a safe investment for your money because it is well-established and has performed well in the past (in English articles)*⁵;

² <https://beststocks.com/dow-jones-today-august-02-2024/>

³ https://en.wikipedia.org/wiki/New_Russians. Accessed January 22, 2025.

⁴ Капралова Н. Л., Карасева Л. А. Челночный бизнес в российской экономике: роль и оценка масштабов. Экономический журнал Высшей школы экономики. Available at: <https://cyberleninka.ru/journal/n/ekonomicheskii-zhurnal-vysshey-shkoly-ekonomiki?i=1144213>. Accessed: July 25, 2024.

⁵ <https://www.investopedia.com/ask/answers/031915/what-qualifies-company-blue-chip.asp>. Accessed January 22, 2025.

*sweatshop production – a small factory where workers are paid very little and work many hours in very bad conditions(in English articles)*⁶.

Realia used in online articles provide information about the economic, national, and cultural characteristics of a country in each period. Their cultural specificity should be considered when working with economic articles or translating them.

Our research reveals the following distinctions between Russian and English online economic articles:

– Russian economic internet publications frequently use English loanwords, such as *leasing, carsharing, futures contracts, and liquidity*.

– stylistically colored neologisms mostly borrowed from English can be found in Russian online articles: *black market, launder money, real estate bubble etc.*

– occurrence of neologisms in English articles: *average, consulting, PR manager, Brexit*;

– loanwords in English articles: *embargo, gambit* (from Spanish), *blitzkrieg tender offer* (from German), *arbitrage* (from French);

– phraseological units and metaphors occur in English economic online articles more often than in Russian economic online articles. With the help of these phraseological units and metaphors the suggestive function of such texts is put into effect: *roller-coaster stock market, a fragile global economy, golden parachute (severance agreement)*.

Next, let's dwell on the specifics of the functioning of business training. These texts are visual material in the form of brochures, printed texts, which may include tables, diagrams, drawings, photographs. During business training, information can be submitted in the form of slides, videos. The dominant group of lexical units of business training are terms. Lexical units of company's specific vocabulary are used in these types of texts but also lexical units of other companies' trainings may be found:

distributor – дистрибьютор,

merchandising – мерчандайзинг,

additional profit – дополнительная прибыль,

main competitors – основные конкуренты,

«*marketable appearance*»,

«*presentation*» – товарный вид,

«*eye level*» – «уровень глаз».

In Russian-language business trainings English terms can be used the their transliteration/transcription and explanations:

«В мерчандайзинге единица товара, которая повернута лицом к покупателю, называется фэйсинг»⁷ – «*In merchandising, the unit of goods that is turned facing the buyer is called facing*».

Quite common in such types of Russian texts is the use of both Russian and English versions of the lexical unit:

«Широта ассортимента ряда определяется компанией-производителем на этапе «установки» (*launch*) марки»⁸ – «*The breadth of the assortment range is determined by the manufacturer at the stage of launch of the brand*»;

«<...>, если это не является стратегическим планом компании (например, так называемый *re-launch* – «переустановка» новой марки)»⁹ – «<...> if this is not a strategic plan of the company (for example, the so-called *re-launch* – «reinstallation» of a new brand)»;

«Кластер потребительского поведения (*Consumer Activity Cluster*) – первый уровень классификации розничных клиентов – это группа торговых точек, в которой деятельность потенциальных покупате-

⁶ <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/sweatshop?ysclid=maiuei7u1n6454081>. Accessed January 22, 2025.

⁷ Основные принципы мерчандайзинга при выкладке консервов на торговой полке. Available at: <https://spiro.su/stati/principy-merchandajzinga/>. Accessed January 22, 2025.

⁸ Премьерная выкладка товара. Рекомендации по проведению эффективного мерчандайзинга товаров-новинок Available at: <https://www.retail.ru/articles/premernaya-vykladka-tovara/?ysclid=maj7df70um933059532>. Accessed January 22, 2025.

⁹ Мерчандайзинг нового товара. Available at: <https://profi-merch.ru/?p=959>. Accessed January 22, 2025.

лей одинакова»¹⁰ – «*Consumer Activity Cluster* – the first level of classification of retail customers is a group of outlets in which the activities of potential buyers are the same»;

«Метод тайного покупателя в маркетинге (mystery shopping, secret shopping) – это маркетинговый инструмент, который позволяет оценивать уровень обслуживания и качество продуктов или услуг в организации изнутри»¹¹ – «*The mystery shopping (secret shopping) method is a marketing tool that allows you to evaluate the level of service and quality of products or services in your organization from the inside*».

The abbreviation «S.M.A.R.T.» causes a certain difficulty in understanding and interpreting texts of business trainings («SMART», Russian word «СМАРТ»). According to dictionaries this lexical unit means:

1) (abbreviated from Self-Monitoring, Analysis and Reporting Technology) – a technology designed to increase the reliability of hard drives and based on predicting failures in their operation,

2) (abbreviated from System of Measuring and Achieving the Refining Target) – a system for calculating and obtaining specified melting results using static and dynamic model of oxygen-converter process of measuring stock.

But in the materials of business trainings, it can have a completely different meaning:

«SMART in Business is an acronym that stands for *Specific, Measurable, Achievable, Realistic, and Time-bound*, which are criteria used to guide in the setting of objectives and goals effectively. This framework is essential for ensuring clarity and feasibility in project management and strategic planning»¹².

The concept was designed in the 1980s to develop a goal management approach. Even in business trainings this abbreviation can have several options for explanation, namely:

S – specific, stretching, significant;

M – meaningful, measurable, motivational;

A – agreed upon, achievable, attainable, acceptable, action-oriented;

R – rewarding, realistic, reasonable, relevant, results-oriented;

T – timely, time-based, tangible, trackable.

With a clear understanding of the semantics of this acronym (clearly thought out, planned, set and feasible goal) this lexical unit is used without translation in Russian business trainings.

There are abbreviations adopted only for a certain company/group of companies:

«КаБаРе» – кафе (café), бар (bar), ресторан (restaurant),

«C&C» – «Cash & Carry».

Some economical lexical units are given with explanations:

«золотой треугольник» – площадь, расположенная между входной дверью, кассой и самым ходовым товаром»¹³ («golden triangle» – the area located between the front door, ticket office and the most popular product»);

«АСМТ» (автоматизированная система мобильной торговли – automated mobile trading system)¹⁴.

Business trainings are characterized by a tendency towards metaphorization, personification. In this regard, the main economical lexical units used in these media texts may be metaphors, personifications:

- hidden metaphors:

«горячие» места / «горячие зоны» / «горячие точки» – «hot spots/hot zones»,

«здоровый ассортимент» – «wide range of healthy food»;

«Особенность вирусного маркетинга заключается в том, что он редко служит генератором увеличения продаж, потому что не самодостаточен» – «*The peculiarity of viral marketing is the following: it rarely serves as a generator of increased sales*»¹⁵;

¹⁰ Available at: <https://www.retail.ru/articles/bibliya-merchandayzinga-poleznaya-teoriya-v-iskusstve-prodazh/?ysclid=majktniej725979814>. Accessed January 22, 2025.

¹¹ Миланович Р. Кто такой тайный покупатель и как он влияет на маркетинг компании. Available at: <https://zaoch-nik-com.com/spravochnik/marketing/marketingovye-issledovaniya/tajnyj-pokupatel-kak-metod-marketingovykh-issledova>. Accessed: January 22, 2025.

¹² Available at: <https://www.allacronyms.com/SMART/business>. Accessed January 22, 2025.

¹³ Мерчандайзинг: инструментальные термины и обозначения. Available at: <https://investfuture.ru/articles/merch-andayzing-instrumentalnye-terminy-i-obozna-cheni-ya>. Accessed January 22, 2025.

¹⁴ Available at: <https://www.cdc.ru/press-center/news-and-articles/avtomatizatsiya-torgovli-kpk-v-biznese/>. Accessed January 22, 2025.

¹⁵ Available at: <https://expert.vk.com/articles/chto-takoe-virusnii-marketing-i-kak-on-rabotaet/>. Accessed January 22, 2025.

«компания выбрала стратегию «замещения жертвы»¹⁶ – «the company chose the «victim replacement» strategy».

- personifications:

«повышается риск, что торговые точки «запишут» новинку в неперспективные товары и перестанут с ней работать»¹⁷ – «there is the risk that outlets will «write down» the new product in a list of unpromising goods and stop working with it»,

«Лидер продаж «делится популярностью» с новинкой»¹⁸ – «Sales leader «shares popularity» with a new product».

So, we see that the major group of economic vocabulary units in the materials of business trainings are terms. When we speak about Russian translation of English business trainings, we can see that English terms are either remain in English in Russian trainings, or can be transmitted using phonetic and loan-word translation. Another feature of such types of texts is their orientation to a certain company or to a certain type of product, which requires a certain linguistic reactivity and is expressed in the tendency of such texts to metaphorization and personification.

Presentation texts can serve as another example of media texts. The presentation performs mostly an informative function.

When making an economic presentation, «it is important to consider clarity, maximum information content, and maximum expressiveness of what is being reported because these elements will have a suggestive effect on the recipient's emotions and feelings and help to achieve the maximum effect. In a relatively short amount of time, an addressee tries to form a firm opinion with the help of the presentation about a company and its activity» [1: 65]. The presentation's text should be structured so that the audience can easily understand it, and that it should be as clear, highly informative, and expressive as possible.

Since the economic presentation is primarily intended for economic specialists, most of its vocabulary is composed of economic terms, such as

investment,
consultancy,
consortium,
funder,
business model.

However, there might also be lexical units that contribute to the cultural determination of economic vocabulary.

Semantic neologisms or trans-terms include, for instance,

unicorn companies – startups that have experienced exponential growth and are valued at one billion dollars or more;

zebra-companies – new companies that aim to improve society as well as to make a profit;

to massage – to try to make facts or numbers appear better than they really are to deceive someone;

economic meltdowns – crises often lead to job losses, bankruptcies, housing collapses and government bailouts.

Therefore, the economic vocabulary employed in this type of media texts can be influenced by culture, and the concepts are often paired with other figurative, emotive, and evaluative lexical units. It's crucial to use language innovation and linguistic creativity while making and translating an economic presentation.

When we speak about economic texts of mass media, we should mention advertisement, because advertising is one of the business components. The influence on the people's mind is one of the main functions of advertisements.

«The function of influence can be defined as a combination of emotional function (causes a certain emotional reaction, motivates), aesthetic function (the influence of the advertisement as an artwork, where the form of address itself plays an important role), and persuasive function» [14].

¹⁶ Available at: <https://www.marketing.spb.ru/lib-mm/btl/premiere.htm>. Accessed January 22, 2025.

¹⁷ Нина Удалова. Премьерная выкладка товара. Журнал «Продвижение продовольствия. Prod&Prod». Available at: <https://www.marketing.spb.ru/lib-mm/btl/premiere.htm>. Accessed January 22, 2025.

¹⁸ Чаттерджи Думитро. Мерчандайзинг в действии. Как продвигать новый продукт? Available at: https://www.lobanov-logist.ru/library/all_articles/55554/. Accessed January 22, 2025.

«The main characteristics of the advertisement are expressiveness, imperativeness, and language compression. All these advertisement properties together with the language economy contribute to the implementation of a suggestive effect on the emotions and feelings of the recipient, which helps to achieve the maximum effect» [15].

Even though the advertisement is designed for a broad audience the terms are sometimes used in advertising texts:

*mortgage,
clearing,
dividends;
leasing,
credit score.*

«The usage of terms helps to form a specific and clear idea of a product or service in the consumer's mind. This increases its sales appeal» [16, p. 72].

In advertising media texts of both linguistic cultures, attribute phrases and stylistic techniques are actively used. Due to this the advertised object gets the desired positive emotional colouring and attractiveness. At the same time, it should be noted that there are no economic lexical units with negative connotation in advertisements in both linguistic cultures.

There are economic symbols and economic linguistic and cultural concepts in English and Russian advertising texts:

«Берите деньги дешево!» – «Take money cheap!» (Uniastrum Bank);

«Только уральский рабочий знает: чем дешевле кредит, тем меньше работать» – «Only the Ural worker knows: the cheaper the credit – the less work» (Bank «The Ring of the Urals») (advertisements of Russian banks)¹⁹;

«Hard way, dedication, character – it's the way we do business...the American way» (American National Bank)²⁰.

The given examples show the difference between attitude to money of Americans and Russians: Russians are waiting for a miracle and «easy money», while for Americans the process of earning money is a labor, the American mentality is characterized by greater business efficiency and enterprise.

So, the texts of economical presentations and advertisements have similar lexical parameters and distinctive features. They both use economic terms, economic lexemes-realia and symbols, emotionally evaluative/figurative lexical units with a positive dominant. English economic lexis in presentation texts and advertisements includes structural and semantic neologisms and trans-terms while Russian media texts often include economic neologisms-borrowings from English.

Conclusion

In conclusion we can say the following:

1) Both integral characteristic features and distinct cultural elements can be found in the media lexicon used in Russian and English economic publications. When it comes to intercultural communication, if certain cultural traits are depicted in media texts, they could be misinterpreted, which would make the entire commercial text difficult to understand.

2) Anglicisms and Americanisms are the linguistic and cultural peculiarities of Russian economic media lexis of news. English news texts use their own neologisms. The migration of the special field terms into media news and a lot of figurative lexical units are also special features of English news texts.

3) Working with economic online articles you should pay attention to the non-equivalent lexis that gives these texts a national character. If this type of lexical units is not understood, it will be difficult to understand the meaning of the entire online economic article. The phraseological units and metaphors are the means of the pragmatic function implementation in economic online articles. Moreover, it should be added that there are more phraseological units and metaphors in English texts than in Russian ones.

4) Business trainings serve the interests of a certain company and intended for people working in this company. Such texts can be called a “tool” for managing the company (a firm, an institution, or a corporation). It's necessary to consider special economical lexical units used for this aim as means of linguistic creativity.

¹⁹ Available at: <https://www.banki.ru/news/daytheme/?id=4059711>. Accessed January 22, 2025.

²⁰ Available at: American National Bank. Accessed January 22, 2025.

5) The specific cultural components of media lexis in economic texts of advertisements and presentations include the use of economic symbols and economic cultural concepts that determine the linguistic and cultural specificity of such texts. While creating and translating economic presentations, it is necessary to consider the expressiveness of the product description and use means of linguistic creativity.

References

1. Zheltukhina MR. Media Impact on Consciousness and Behavior of the Addressee. The Bulletin of Center for International Education of Lomonosov Moscow State University. Philology. Culturology. Pedagogy. Methodology. 2014; 4: 65–73. (In Russ.).
2. Dobroslonskaya TG. Media Linguistics: a Systematic Approach to the Study of Media Language. Moscow, Flinta-Nauka. 2008. Available at: <http://www.flm.msu.ru/research/publications/dobroslonskaya/dobroslonskaya-medialinguistics.pdf>. Accessed March, 23, 2025. (In Russ.).
3. Tameryan TYu, Zheltukhina MR, Slyshkin GG, Abakumova OB, Volskaya NN, Nikolaeva AV. Metaphor in Political Media Discourse: Mental Political Leader Portrait. Online Journal of Communication and Media Technologies. 2018; 8(4): 377–384. <https://doi.org/10.12973/ojcm/3958>.
4. Chilton, P. Analysing Political Discourse: Theory and Practice. New York: Routledge. 2004. <https://doi.org/10.4324/9780203561218>
5. Dijk, van T. Discourse as Structure and Process: Discourse Studies a Multidisciplinary Introduction. L.: SAGE Publication Ltd; 1997. Available at <https://archive.org/details/discourseasstruc0000unse/page/n7/mode/2up>. Accessed March, 23, 2025.
6. Fowler R. Language in the News: Discourse and Ideology in the Press / R. Fowler. – L.; N.Y.: Psychology Press, 1991.
7. Franssila S. Sell Metaphor in American Political News Discourse. Social and Behavioral Sciences; 2013: 418–424. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.10.664>.
8. Freedman D. Internet transformations: old media resilience in the new media revolution. Media and Cultural theory. ed. by J. Curran, D. Morley. L.: Routledge; 2006.
9. Scollon R. Intercultural communication: A discourse approach. Oxford-Cambridge: Blackwell Publishers; 2001. Available at https://www.academia.edu/684911/Intercultural_communication_A_discourse_approach. Accessed March, 23, 2025.
10. Jamieson KH, Campbell KK. The Interplay of Influence: News, Advertising, Politics and Mass Media. Belmont, Ca: Wadsworth Publishing Company; 1997.
11. Kazak M. Iu. Media Text: Essential and Typological Properties. Global Media Journal. Available at http://test.gmj.sfedu.ru/v2i1/v2i1_kazak.htm. Accessed March, 23, 2025. (In Russ.).
12. Bakasheva NS. To the issue of non-equivalent vocabulary translation. Current Issues of Philological Sciences: Proceedings of the IV International Conference. Kazan; 2016: 61–64. Available at <https://moluch.ru/conf/phil/archive/232/>. Accessed March, 23, 2025. (In Russ.).
13. Dobroslonskaya TG. The Study of Mediatexts (Experience of Researching Modern English Media Speech). Issues of Researching Media Texts. M.: Editorial URSS, 2005. Available at: <https://m.eruditor.one/file/356763>. Accessed March, 23, 2025. (In Russ.).
14. Dolzhikova SN. Linguistic Aspect of Advertising. The Bulletin of Adyghe State University: Linguistics and Study of Arts (2); 2009. Available at <http://cyberleninka.ru/article/n/lingvisticheskiy-aspekt-reklamy>. Accessed March, 23, 2025. (In Russ.).
15. Zheltukhina MR, Bondareva NV, Zelenskaya LL, Anikeeva IG, Malygina LE, Chistyakov AV. Media Promotion Role of Economic Vocabulary: Specific Features and Functions in Presentation and Advertisement. Online Journal of Communication and Media Technologies; 2019; 9(2), e201907. <https://doi.org/10.29333/ojcm/5733>.
16. Bondareva NV. Economic Lexicon in Media Genres of «News» and «Advertisement» (Based on Material of English and Russian Media Discourse). Lomonosov Moscow State University Bulletin. Philology, Culturology, Pedagogy, Methodology. M.; 2015: 69–75. (In Russ.).

Список литературы

1. Желтухина М.Р. Медиавоздействие на сознание и поведение адресата. Вестник ЦМО МГУ. Филология. Культурология. Педагогика. Методика. 2014; 4: 65–73.

2. Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ (Современная английская медиаречь). М.: Наука, 2008; 264. Доступно по: <http://www.ffl.msu.ru/research/publications/dobrosklonskaya/dobrosklonskaya-medialingvistika.pdf>. Ссылка активна на 25.08.2025.
3. Tameryan T.Yu., Zheltukhina M.R., Slyshkin G.G., Abakumova O.B., Volskaya N.N., & Nikolaeva A.V. (2018a). Metaphor in Political Media Discourse: Mental Political Leader Portrait. *Online Journal of Communication and Media Technologies*, 8(4), 377-384. Доступно по: <https://doi.org/10.12973/ojcm/3958>. Ссылка активна на 25.08.2025.
4. Chilton P. *Analysing Political Discourse: Theory and Practice*. New York: Routledge. 2004. Доступно по: <https://doi.org/10.4324/9780203561218> Ссылка активна на 23.03.2025.
5. Dijk van T. *Discourse as Structure and Process: Discourse Studies a Multidisciplinary Introduction*. L.: SAGE Publication Ltd; 1997. Доступно по: <https://archive.org/details/discourseasstruc0000unse/page/n7/mode/2up>. Ссылка активна на 23.03.2025.
6. Fowler R. *Language in the News: Discourse and Ideology in the Press* / R. Fowler. – L.; N.Y.: Psychology Press, 1991.
7. Franssila S. Sell Metaphor in American Political News Discourse. *Social and Behavioral Sciences*; 2013: 418-424. Доступно по: <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.10.664>. Ссылка активна на 23.03.2025.
8. Freedman D. *Internet transformations: old media resilience in the new media revolution* / D. Freedman // *Media and Cultural theory* / ed. by J. Curran, D. Morley. – L.: Routledge; 2006.
9. Scollon R. *Intercultural communication: A discourse approach*. Oxford-Cambridge: Blackwell Publishers; 2001. Доступно по: https://www.academia.edu/684911/Intercultural_communication_A_discourse_approach. Ссылка активна на 23.03.2025.
10. Jamieson K.H., & Campbell K.K. *The Interplay of Influence: News, Advertising, Politics and Mass Media*. Belmont, Ca: Wadsworth Publishing Company; 1997.
11. Казак М.Ю. Медиатекст: сущностные и типологические свойства. *Global Media Journal*. Глобальный медиажурнал. Российское издание. Доступно по: http://test.gmj.sfedu.ru/v2i1/v2i1_kazak.htm. Ссылка активна на 23.03.2025.
12. Бакашева Н.С. К проблеме перевода безэквивалентной лексики (БЭЛ). *Актуальные вопросы филологических наук: материалы IV Междунар. науч. конф.* Казань; 2016: 61-64. Доступно по: <https://moluch.ru/conf/phil/archive/232/>. Ссылка активна на 23.03.2025.
13. Добросклонская Т.Г. Вопросы изучения медиатекстов: (опыт исследования современной английской медиаречи). М.: Едиториал УРСС; 2005; 288. Доступно по: <https://m.eruditor.one/file/356763>. Ссылка активна на 23.03.2025.
14. Должикова С.Н. Лингвистический аспект рекламы. *Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение*. 2009; 2. Доступно по: <http://cyberleninka.ru/article/n/lingvisticheskiy-aspekt-reklamy>. Ссылка активна на 23.03.2025.
15. Zheltukhina M.R., Bondareva N.V., Zelenskaya L.L., Anikeeva I.G., Malygina L.E. & Chistyakov A.V. Media Promotion Role of Economic Vocabulary: Specific Features and Functions in Presentation and Advertisement. *Online Journal of Communication and Media Technologies*; 2019; 9(2), e201907. Available at <https://doi.org/10.29333/ojcm/5733> Accessed March, 23, 2025. (In Russ.).
16. Бондарева Н.В. Экономическая лексика в медиажанрах «новости» и «реклама» (на материале английского и русского медиадискурса). *Вестник ЦМО МГУ. Филология. Культурология. Педагогика. Методика*. М.; 2015: 69-75.

История статьи:

Получена: 10.04.2025

Принята: 28.04.2025

Опубликована онлайн: 25.06.2025

Article history:

Received: 10.04.2025

Accepted: 28.04.2025

Published online: 25.06.2025

Сведения об авторах:

Бондарева Надежда Валентиновна, кандидат филологических наук, доцент кафедры «Судовождение», Морской институт имени вице-адмирала В.А. Корнилова – Филиал Государственного морского университета имени адмирала Ф.Ф. Ушакова в г. Севастополь; Севастополь, Российская Федерация; e-mail: *bonnadin@yandex.ru*.

Желтухина Марина Ростиславовна, доктор филологических наук, профессор, профессор РАО, академик РАЕН, директор, главный научный сотрудник научно-образовательного центра «Человек в коммуникации», Пятигорский государственный университет; Пятигорск, Российская Федерация; e-mail: *zzmr@mail.ru*.

Bionotes:

Nadezhda V. Bondareva, PhD in Philology, Associate Professor of Navigation Department, Vice-Admiral V.A. Kornilov Marine Institute – Admiral F.F. Ushakov Maritime State University, Sevastopol Branch; Sevastopol, Russian Federation; e-mail: *bonnadin@yandex.ru*.

Marina R. Zheltukhina, Prof., Dr. habil. (Philology), Professor of the Russian Academy of Education, Member of the Russian Academy of Natural Sciences, Director, Chief Researcher at the Scientific and Educational Center “Person in Communication”, Pyatigorsk State University; Pyatigorsk, Russian Federation; e-mail: *zzmr@mail.ru*.



Статья опубликована на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0 International (CC-BY 4.0).

This is an open access article distributed under the terms of Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC-BY 4.0)

Оригинальная статья

УДК 81.811.161.1+81'42+81'22+81'23

<https://doi.org/10.29025/2079-6021-2025-2-86-99>

Метафора как инструмент репрезентации
образа «страны Прибалтики» в медийном дискурсе

Л.В. Калашникова

Орловский государственный университет им. И.С. Тургенева;

302026, Российская Федерация; Орел, ул. Комсомольская 95;

ORCID ID: 0000-0002-4809-5446;

Scopus Author ID: 57195526645;

Spin-код: 9930-4401;

e-mail: lkalashnikova@inbox.ru

Аннотация: Целью настоящей статьи является рассмотрение роли концептуальных метафор в процессе актуализации образа «страны Прибалтики» в медийном дискурсе. Целесообразность изучения функционирования метафорической системы в медийном дискурсе обусловлена потребностью в коммуникации, в необходимости убеждения аудитории в принятии информации, в формировании мировоззрения, в модификации и воспроизводстве концептов, в создании определенных ценностно-смысловых моделей, которые должны быть донесены обществу и усвоены. Положение о том, что метафора в медийном дискурсе является эффективным инструментом репрезентации образа «страны Прибалтики», подтверждает актуальность исследования.

При помощи когнитивно-дискурсивного анализа в медийном дискурсе были выделены и исследованы метафоры, играющие важную роль в репрезентации образа «страны Прибалтики», являющегося частью концептуальной картины авторского восприятия фрагмента действительности. Метафоры, инкорпорированные в одну метафорическую модель, одновременно являются элементами другой модели и в совокупности образуют единое многомерное концептуальное пространство или когнитивную матрицу – систему взаимосвязанных областей концептуализации объекта. Выявлены группы концептов, определяющих параметры концептуального пространства *страны Прибалтики*. Метафоры располагаются в сильных позициях медийного текста, маркируют создаваемые смыслы, в том числе и личностные, определяющие мировидение автора, оценочные суждения. Анализ языкового материала показал, что за счет метафорических переносов создается эффект образности и экспрессивности, устанавливается обратная эмоциональная связь с аудиторией, создается эффект убедительности транслируемой информации. Разное прочтение образа, основанного на одном метафорическом концепте, обеспечивается выводением в фокус метафорического переноса нужных концептуальных признаков, предпочтение отдается негативной модальности. В заключении сделан вывод о значимости метафор в процессе репрезентации образа «страны Прибалтики» в медийном дискурсе.

Ключевые слова: политический медийный дискурс, концептуальная метафора, метафорическая модель, ментальная операция, когнитивные структуры, концепт, концептуальные признаки.

Для цитирования: Калашникова Л.В. Метафора как инструмент репрезентации образа «страны Прибалтики» в медийном дискурсе. *Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики*. 2025. № 2. С. 86–99. <https://doi.org/10.29025/2079-6021-2025-2-86-99>.

Original Paper

<https://doi.org/10.29025/2079-6021-2025-2-86-99>

Metaphor as a Tool of Representation of the “Baltic States” Image in Media Discourse

Larisa V. Kalashnikova

*Orel State University named after I.S. Turgenev;
95 Komsomolskaya Str., Orel, Russian Federation, 302026;
ORCID ID: 0000-0002-4809-5446;
Scopus Author ID: 57195526645;
SPIN-code: 9930-4401;
e-mail: lkalashnikova@inbox.ru*

Abstract: The aim of this article is to consider the role of conceptual metaphors in the representation of the image of the “Baltic States” in media discourse. The expediency of studying the functioning of the metaphorical system in media discourse is conditioned by the need for communication, the need to convince the audience to accept information, to form a worldview, to modify and reproduce concepts, to create certain value and meaning models that should be conveyed to society and assimilated. The statement that metaphor in media discourse is an effective tool for representing the image of the “Baltic States” confirms the relevance of the study.

By means of cognitive and discursive analysis the paper identifies and studies metaphors playing an important role in the representation of the image of the “Baltic States”, which is a part of the conceptual picture of the author’s perception of a fragment of reality. Metaphors incorporated into one metaphorical model are simultaneously elements of another model and together form a single multidimensional conceptual space or cognitive matrix – a system of interrelated areas of object conceptualization. Metaphors are located in strong positions of the media text, marking the created meanings, including personal ones, determining the worldview of the author, evaluative judgments. The analysis of linguistic material has shown that metaphorical transfers create the effect of imagery and expressiveness, establish an emotional feedback with the audience, and create the effect of persuasiveness of the conveyed information. Different perception of the image based on one metaphorical concept is provided by bringing the necessary conceptual features into the focus of metaphorical transfer, preference is given to negative modality. The conclusion is made about the significance of metaphors in the process of representation of the image of the “Baltic States” in the media discourse.

Keywords: political media discourse, conceptual metaphor, metaphorical model, mental operation, cognitive structures, concept, conceptual features.

For citation: Kalashnikova L.V. Metaphor as a tool of representation of the “Baltic States” image in media discourse. *Current Issues in Philology and Pedagogical Linguistics*. 2025, no 2, pp. 86–99. <https://doi.org/10.29025/2079-6021-2025-2-86-99>(In Russ.).

Введение

Сопровождая человека всю его жизнь, метафора помогает ему познавать мир и себя в этом мире. Для осмысления новой информации, опыта, основываясь на существующих в сознании образах, человек создает новые образы реальности через метафорические номинации, интегрируя их в свою концептуальную систему. Результаты познавательной деятельности человека формируют определенную модель — картину мира, ключевым элементом которой является индивидуальная картина мира. Ее уникальность определяется разнообразием метафорических моделей, которые в совокупности служат основой для сложных и развернутых образов этой картины.

Изменяя сознание людей, метафора меняет их восприятие мира, способы его познания, играет важную роль в построении языковой картины мира и в членении действительности. Метафора, выступая инструментом в мире мышления и познания, отражает взаимообусловленность мышления индивида и особенностей языковой реализации тех или иных концептов.

Именно потребность в коммуникации, в убеждении массовой аудитории, в формировании мировоззрения, в модификации и воспроизводстве концептов, в создании определенных ценностно-смысловых моделей, которые должны быть донесены обществу и усвоены, все дает основания рассматривать метафору как средство воздействия, которое делает медийный дискурс эффективным и доходчивым до сознания индивида и общества в целом.

Цель статьи

Цель исследования – рассмотреть роль концептуальных метафор в репрезентации образа «страны Прибалтики» в медийном дискурсе.

Обзор литературы

Понимание метафоры как изобразительного переосмысления обычного наименования, языкового средства, сочетающего в себе уникальность семантического значения и стилистического потенциала, считалось основополагающим в течение длительного периода [1: 156]. Среди наиболее популярных теорий метафор, таких как теория замещения, теория аномалий, интеракционистская теория, особую роль сыграла когнитивная теория Лакоффа Дж. и Джонсона М. [2].

Несомненно, достойны внимания, наряду с классической теорией концептуальной метафоры, научные положения Фоконье Ж., Тернера М. [3] о концептуальной интеграции; теория первичных метафор Греди Дж., когерентная модель метафоры Шельмана Б. и др.; идеи коннективной теории метафорической интерпретации Ричи Л. [4]. Когнитивная теория процессов метафоризации послужила базисом для дескрипторной теории метафоры Баранова А.Н. и Караулова Ю.Н. [5]. Рассмотрение метафоры как основной ментальной операции и средства познания действительности в рамках теории метафорического моделирования Чудинова А.П. [6; 7] и др. ознаменовало новый этап в истории метафоры, связанный с исследованием метафоры не только как феномена языка, а как феномена сознания, в аспекте ее смысломоделлирующих возможностей. Заключенные в концептуальных метафорах образы реализуют культурные коды, которые существуют в сознании носителей языка и понятны всем носителям конкретной культуры. Причем декодирование культурных кодов возможно только при наличии достаточных и объемных знаний о мире. Более того, в структуру этих знаний включены множественные структуры индивидуальных знаний, которые в своей совокупности образуют единую национальную картину мира, структурированную в соответствии с ментальностью определенной культуры, созданную совокупностью соответствующих метафорических моделей.

Сегодня можно с уверенностью констатировать факт существования стройной, сложившейся системы взглядов на метафору, в пределах которой особый акцент переносится с ее образной и творческой природы на концептуальное основание, отражающее коллективное видение мира.

Когнитивная наука во главу угла ставит взаимосвязь речевой и когнитивной деятельности, рассматривая язык в структуре лингвоментального механизма (Скребцова Т.Г. [8], Будаев Э.В., Чудинов А.П. [9: 6-13]; Cuccio V., Steen G. [10: 133-137]; Gentner D., Mutsumi Imai, Boroditsky L. [11]; Rasse C., Onysko A., Citron F. [12]) как особое средство воздействия на сознание. Наряду с описанием и изучением систем представления знаний, процессов обработки и переработки информации, изучением когнитивных способностей человека особое внимание уделяется ментальным процессам при восприятии, осмыслении, познании действительности сознанием; видам и формам их ментальных репрезентаций [13].

Многообразие современных исследований по концептуальной метафоре свидетельствует о растущем интересе к теории Дж. Лакоффа и М. Джонсона [14], которая придала мощный импульс развитию множества направлений изучения метафор, в частности политических метафор.

Значительная часть исследований посвящена актуализации концептуальной метафоры в политическом нарративе (Чудинов А.П. [7: 162]; выявлению типичных прагматических смыслов (Ченки А. [15]), генезиса политических метафор (Yanow D. [16]). Серьезное внимание уделяется межкультурным сопоставительным исследованиям. Растет интерес к метафорам в речи политиков. Благодаря прагматическому потенциалу метафоры обладают силой воздействия на понятийную систему человека и его поведение. Достойны внимания эксперименты по исследованию базовых концептуальных метафор (Gibbs R.W. [17]); описаний отдельных метафорических моделей в российской политической коммуникации (Чудинов А.П. [6; 7]) и в зарубежных политических текстах (Солопова О.А. [18]). Теоретическое осмысление связи метафорического моделирования и общих проблем политической лингвистики отражено в публикациях Баранова А.Н. [5], Будаева Э.В., Чудинова А.П. [19], Чес Н.А. [20] и других исследователей.

Процессы в когнитивной лингвистике часто описываются с помощью базовой единицы — концепта. Существующие на сегодняшний день подходы к исследованию концепта можно свести к следующим направлениям: лингвистический (Вежицкая А., Чернейко Л.О., Ляпин С.Х. и др.), лингвокогнитивный (Алефиренко Н.Ф., Бабушкин А.П., Кубрякова Е.С., Попова З.Д., Стернин И.А., Пименова М.В. и др.), лингвокультурологический (Степанов Ю.С., Арутюнова Н.Д., Воркачëв С.Г., Карасик В.И., Телия В.Н. и др.), психолингвистический (Лурия А.Р., Выготский Л.С., Залевская А.А. и др.).

Методы исследования

Реализация поставленной цели потребовала применения комплекса методов исследования. Была проведена процедура анализа первичных данных и их характеристик на базе описательного метода. При помощи контекстного анализа дифференцированы концептуальные метафоры, определены характер и направленности связей прямого и переносного значений метафорических единиц в медийном тексте. Метод концептуального анализа использовался для выявления концептов, определяющих параметры образа *страны Прибалтики*. Необходимостью установления взаимосвязи между языковой и экстралингвистической стороной медийного текста было оправдано применение метода дискурсивного анализа, а также концептуального и логического методов для описания логических связей с окружающей действительностью и интерпретации событий. Когнитивно-дискурсивный анализ был актуальным при исследовании метафорической модели «страны Прибалтики», рассматриваемой как часть концептуальной картины авторского восприятия действительности. Исследовано концептуально-семантическое пространство медийного текста при помощи лингвокогнитивного анализа. Лингвистический анализ выявил базовые свойства и характеристики медиатекста на разных языковых уровнях, прослежена его скрытая политико-идеологическая составляющая.

Результаты и дискуссия

Медиадискурс представляет собой *сложный феномен, речемыслительную деятельность, обусловленную ярким фоном медийной коммуникации, понимается как совокупность условий и особенностей производства, распространения и восприятия медиатекста*¹. В нашем исследовании мы придерживаемся определения Добросклонской Т.Г.: *медиадискурс – это функционально-обусловленный тип дискурса, который понимается как совокупность речевых практик и продуктов речевой деятельности в сфере массовой коммуникации во всём богатстве и сложности их взаимодействия*². При этом выделение медиатекста и рассмотрение его вербальной части в совокупности с медийными свойствами или свойствами канала передачи информации, не противоречит классическому пониманию медиадискурса³.

Знания людей об объективной действительности представлены в виде концептов, абстрактных ментальных структур, хранящих опыт из разных областей деятельности. Человек в процессе мышления оперирует концептами, комбинирует и конструирует новые. Концепт как продукт сознания содержит информацию о фрагменте реального мира и включает понятийный, образный и ценностный компоненты⁴.

¹ Коновалова М.В. К вопросу о понятиях медиатекста и медиадискурса. *Филология: научные исследования*. 2018;3:212–219. <https://doi.org/10.7256/2454-0749.2018.3.26685> Доступно по: https://e-notabene.ru/fmag/article_26685.html. Ссылка активна на 07.05.2025. Konovalova MV. To the question of the concepts of media text and media discourse. *Philology: scientific research*. 2018;3:212–219. <https://doi.org/10.7256/2454-0749.2018.3.26685> Available at: https://e-notabene.ru/fmag/article_26685.html. Accessed May 07, 2025. (In Russ.).

² Добросклонская Т.Г. Массмедийный дискурс как объект научного описания. *Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки*. 2014;13(184):181–187. Доступно по: <https://core.ac.uk/reader/151226412>. Ссылка активна на 21.05.2025. Dobrosklonskaya TG. Mass media discourse as an object of scientific description. *Scientific bulletin of Belgorod State University. Series: Humanities*. 2014;13(184):181–187. Available at: <https://core.ac.uk/reader/151226412>. Accessed 21.05.2025. (In Russ.).

³ Коновалова М.В. К вопросу о понятиях медиатекста и медиадискурса. *Филология: научные исследования*. 2018;3:212–219. <https://doi.org/10.7256/2454-0749.2018.3.26685> Доступно по: https://e-notabene.ru/fmag/article_26685.html. Ссылка активна на 07.05.2025. Konovalova MV. To the question of the concepts of media text and media discourse. *Philology: scientific research*. 2018;3:212–219. <https://doi.org/10.7256/2454-0749.2018.3.26685> Available at: https://e-notabene.ru/fmag/article_26685.html. Accessed May 07, 2025. (In Russ.).

⁴ Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. М.: Гнозис. 2002;477. Доступно по: https://www.phantastike.com/linguistics/yaz_krug_lichnost_kontsepty_diskurs/djvu/view/. Ссылка активна на 15.05.2025. Karasik V.I. Language circle: personality, concepts, discourse. Moscow: Gnosis. 2002;477. Available at: https://www.phantastike.com/linguistics/yaz_krug_lichnost_kontsepty_diskurs/djvu/view/ Accessed May 15, 2025 (In Russ.).

В структуре концепта выделяют ядерный слой, который включает наиболее значимые признаки, и периферию, содержащую менее существенные ассоциации и смыслы, подверженные трансформации под воздействием происходящих явлений и фактов. В дальнейшем концепты на основании схожести тех или иных категориальных признаков могут объединяться в концептуальные метафоры.

21 апреля 2024 года президент РФ Путин В.В., выступая с посланием Федеральному собранию, обратил внимание на *недружественные акции некоторых стран по отношению к России* и сравнил *задирающие Россию страны с шакалом Табаки, крутящимся вокруг тигра Шерхана*⁵. Метафора оказалась настолько яркой и точной, что вызвала мощный резонанс в медийном дискурсе.

*Реакция последовала незамедлительно. После выступления президента политические деятели в образе Шерхана довольно быстро и безошибочно узнали США*⁶. В медийном дискурсе понятийный компонент концепта тигр Шерхан приобретает переосмысление, с учетом экстралингвистических факторов меняется его содержание. Если Шерхан-тигр убивал своих жертв, добывая себе пропитание, то Шерхан-США убивает изощренно, ради наживы, стремясь к политическому и экономическому господству. США стали очень *избирательными в выборе жертв. охотятся лишь на слабых и медленных*, добывают тех, *кто страдает от коронавируса, организовывая покушения на неугодных им иностранных лидеров, отгоняют других от законной добычи: иницируют масштабные пропагандистские и шпионские кампании*, претендуют на мировое лидерство: *мощный тигриный рык ... раздаётся на берегах Потомака*⁷.

Но все не так просто. Не отрицая претензий США, «заокеанского хозяина», на мировое господство, стоит обратить внимание на факт, что страны ЕС все чаще и громче заявляют о своих претензиях на роль так называемого «коллективного Шерхана». Расстановка сил на политической арене свидетельствует о том, что вопрос «кто же Шерхан» весьма спорный на сегодня.

Самый главный вопрос, вставший перед мировой политической общественностью, а кто же Табаки, заставил поволноваться многих. Западные политики стали лихорадочно примерять образы⁸, в которых узнали себя.

Принимая во внимание совокупность экстралингвистических факторов (события реального мира), можно отметить изменение и обновление ментальных представлений: образ Табаки используется в переносном значении, становится метафорическим. У Р. Киплинга Табаки был один, а на самом деле претендентов на этот образ много: Чехия, которая действует как *большая, нынешняя Украина, шакалит направо, не видит для себя другого счастья, кроме американских обжор...* от *поддержанного оружия до поддержанной же антирусской риторики*; Польша, которая сделала ставку на то, что *станет щитом и мечом в руках заокеанского рыцаря, на деле ведёт себя совершенно так же, как Чехия, лает на Россию, пока уверена в своей безопасности*⁹. В международной политике полно Табаки.

В статье «Комплекс убогости: Прибалтийские боевые хомячки берут власть в Европе» Орлова В. в образе шакала представлены страны Прибалтики, отличающиеся особым недостойным, агрессивным и русофобским поведением. *Старый Свет с удивлением осознал, что в лице «трибалтов» он вырастил*

⁵ Гунеев С. Вокруг Шерхана крутятся табаки: Путин высмеял задирающие Россию страны. РИА Новости 21.04.2021. Доступно по: <https://ria.ru/20210421/kipling-1729267652.html>. Ссылка активна на 07.05.2025. Guneev S. There are tobaccos swirling around Sherkhan: Putin mocked the countries bullying Russia. RIA Novosti 21.04.2021. Available at: <https://ria.ru/20210421/kipling-1729267652.html>. Accessed May 07, 2025 (In Russ.).

⁶ Мирзаян Г. Яркая метафора Путина описала положение США и их вассалов. Политика. Доступно по: <https://vz.ru/politics/2021/4/21/1095814.html>. Ссылка активна на 21.05.2025. Mirzayan G. Putin's vivid metaphor described the situation of the U.S. and its vassals. Politics. Available at: <https://vz.ru/politics/2021/4/21/1095814.html>. Accessed May 21, 2025 (In Russ.).

⁷ Кортуннов А. И кто же здесь Табаки? «Россия в глобальной политике» Доступно по: <https://globalaffairs.ru/articles/kto-zdes-tabaki-rukovodstvo/>. Ссылка активна на 21.05.2025. Kortunov A. And who is Tabaki here? Russia in Global Politics. Available at: <https://globalaffairs.ru/articles/kto-zdes-tabaki-rukovodstvo/>. Accessed May 21, 2025 (In Russ.).

⁸ Перла А. Код от Путина: «Встань, когда с тобой говорит Человек». Кто сегодня Шерхан, кто Табаки, кто обезьяны. Первый русский. 22.04.2021 Доступно по: https://tsargrad.tv/articles/kod-ot-putina-vstan-kogda-s-toboj-govorit-chelovek-kto-segodnja-sherhan-kto-tabaki-kto-obezjany_347727. Ссылка активна на 07.05.2025. Perla A. Code from Putin: “Stand up when a Man speaks to you”. Who are the Sherkhan, who are the Tabaki, who are the monkeys today. The first Russian. 22.04.2021. Available at: https://tsargrad.tv/articles/kod-ot-putina-vstan-kogda-s-toboj-govorit-chelovek-kto-segodnja-sherhan-kto-tabaki-kto-obezjany_347727. Accessed May 07, 2025 (In Russ.).

⁹ Ibidem.

собственную погибель¹⁰. Эффект когнитивной языковой игры с аллюзией на количество стран *прибалты*, объединившихся против России, коалиции прибалтийских тройняшек¹¹, достигается за счет пренебрежительного жаргонизма, который недавно появился в медийном дискурсе.

Метафора *прибалтийские табаки* устанавливает ассоциативную связь с персонажем сказки Р. Киплинга «Книги джунглей», который стал нарицательным. Образ Табаки – образ, хранящийся в сознании человека с детства, очень прочный, быстро узнаваем.

Р. Киплинг наделил Табаки из сказки самыми порочными качествами: пронырливость, недружелюбность, лезть и подхалимство, трусость, готовность к подлости, воровству и сплетням. Обитатели джунглей не любят его, но и боятся его. Заболев бешенством, он кусает всех, кто оказывается на его пути. При этом он не обделен хитростью и умом, иногда прикидывается тупым, но с ним нужно быть осторожным, он знает гораздо больше, чем о нем думают. Табаки не гнушается объедками со стола Шерхана, считается его прихвостнем и всегда его сопровождает, но, если будет выгодно, легко, не задумываясь, предаст своего господина. Образ богат разнообразными признаками, характеризующими персонаж с отрицательной стороны.

Медийный дискурс представляет собой сочетание текста и внелингвистических факторов (события реального мира), которые способствуют изменению и обновлению имеющихся ментальных представлений о фрагментах действительности. В результате этого взаимодействия актуализируются новые смыслы в периферийном слое, при этом остается неизменным ядро концепта.

В медийном дискурсе концепт *табаки* приобретает новые качества, такие как мстительность по отношению к *ненавидимой ими России*, злость от *презрения и унижений*, стремление к власти и получение должностей, объект опасности. Страны Старого Света, дав полномочия странам Прибалтики, вырастили *собственную погибель*. Прибалтийские табаки-оборотни, *периферийные политики и захолустные госслужащие*, очень быстро меняют свое обличье, превращаясь из прихвостня, заискивающего перед европейскими странами, в господина *комиссара Европейского союза по вопросам евро- и социального диалога*. Добавляется эмоционально-оценочная модальность.

Страны Прибалтики сравниваются с *прибалтийскими тиграми*.

Первоначально значение слова *тигр* в русском языке сохранилось как обозначение животного, но его этимологические корни указывают на связанные с ним качества – быстроту и остроту. Семантический анализ позволил выделить следующие компоненты: самый крупный хищник семейства кошачьих обитает в определенных регионах Азии. Отмечаются метафорические значения *тигр*, часто связанные с физическими характеристиками (сила, скорость) и историческими представлениями о нем (символ храбрости и силы в различных культурах)¹².

В медийном дискурсе с точки зрения событийного аспекта метафора *прибалтийские тигры* актуализирует совершенно другой смысл, имплицитно указывая на политическое бессилие стран Прибалтики. В политике *тигры* – образное название для стран с быстрым экономическим ростом, например, Азиатские тигры (Гонконг, Сингапур, Южная Корея, Тайвань) и Балтийские тигры (Эстония, Латвия, Литва) в определенные периоды. Несмотря на то, что тигр – символ силы, влияния, уверенности в себе и т.д.: *любому более или менее здравомыслящему человеку понятно, что ни в политическом, ни в экономическом, ни тем более в военном плане прибалтийские «тигры» не оказывают даже мизерного*

¹⁰ Орлов В. Комплекс убогости: Прибалтийские боевые хомячки берут власть в Европе. Свободная пресса. Политика / Евросоюз и Еврозона 08.02.2025. Доступно по: <https://svpressa.ru/politic/article/450111/>. Ссылка активна на 07.05.2025. Orlov V. Complex of miserableness: Baltic fighting hamsters take power in Europe. Svobodnaya pressa. Politics / European Union and Eurozone 08.02.2025. Available at: <https://svpressa.ru/politic/article/450111/>. Accessed May 07, 2025 (In Russ.).

¹¹ Стрельников К. Идеальный момент настал: прибалты наконец жестоко отомстят России за все. РИА Новости 25.01.2025. Доступно по: <https://ria.ru/20250125/pribalty-1995351704.html>. Ссылка активна на 07.05.2025. Strel'nikov K. The perfect moment has come: the Baltics will finally take cruel revenge on Russia for everything. RIA Novosti 25.01.2025. Available at: <https://ria.ru/20250125/pribalty-1995351704.html>. Accessed May 07, 2025 (In Russ.).

¹² Толковый онлайн-словарь русского языка Ефремовой Т.Ф. Доступно по: <https://lexicography.online/explanatory/efremova/%D1%82/%D1%82%D0%B8%D0%B3%D1%80>. Ссылка активна на 15.05.2025. Efremova's T.F. Online Comprehensive Dictionary of the Russian Language. Available at: <https://lexicography.online/explanatory/efremova/%D1%82/%D1%82%D0%B8%D0%B3%D1%80>. Accessed May 15, 2025 (In Russ.).

влияния на реальные расклады коллективного Запада в целом и Европейского союза, в частности¹³. Сегодня от прибалтийских тигров ничего не осталось. Ради российской истерии они жертвуют остатками своей экономики.

Получив рычаги власти, люди, не отличающиеся выдающимися способностями, осознали свой звездный час, когда они смогут отомстить своим обидчикам¹⁴. Следующее предложение начинается с противительного союза «но»: *Но самым забавным в данной ситуации является то, что их мстительные устремления направляются не только в сторону ненавидимой ими России¹⁵, что указывает на скрытую импликацию: в категорию обидчиков включены и их боссы, старые европейцы.*

Страны Прибалтики сравниваются со злобным ничтожеством и злым карликом. Если в начале века образ карлика воспринимался как образ изгоя, который должен заслужить прощение и стать человеком, то уже к XX веку он превращается в метафору нацизма и рассматривается как символ иррациональной части человеческого сознания, которая торжествует во время войны, эпидемии чумы, государственного хаоса [21: 192]. Признаки не только физической, но и умственной, нравственной убогости, иступленной русофобии и агрессии очень четко и емко характеризуют страны Прибалтики, которые после вступления в ЕС превратились в орудие для реализации самых грязных замыслов и провокаций.

В итоге, концепт *прибалтийские тигры* приобретает следующие негативные признаки: политическое бессилие, мстительность, агрессия, иступленная русофобия, орудие для реализации самых грязных замыслов и провокаций, символ иррациональной части человеческого сознания, умственной, нравственной убогости.

Образ *боевых хомячков* вызывает иронию. Намеренное использование диминутивного суффикса указывает на небольшие размеры этих стран по сравнению со странами Старого Света. Суффиксы диминутивы – маркеры языкового сознания говорящего или пишущего, передают субъективно-оценочное суждение. Имеет место речевая дискредитация объекта при помощи деривационного средства.

Сравнение стран Прибалтики с боевыми хомячками обосновано. Страны Прибалтики в политических джунглях рассматриваются как страны, которые *мельче, чем Табаки, и противнее*. Эти страны хотят, чтобы их заметили, для этого проявляют высокую степень агрессии по отношению к России. Эти *хомячки* опасны для окружающих, в том числе и для друзей, стран Старого Света. Они не щадят никого из-за комплекса убогости, который проявляется именно в осознании собственной неполноценности, в том числе и интеллектуальной, выражающейся в претензии на избранность, в требовании исполнения воли и подчинения.

В медийном дискурсе понятийный аспект концепта *хомяк* – маленький зверек, вредитель, хищный грызун семейства мышиных¹⁶ – получает следующее семантическое расширение: злоба из-за комплекса убогости, неполноценность, агрессия, опасность для окружающих, претензии на избранность, требование исполнения воли и подчинения.

Выявленные метафоры занимают сильные позиции в медиатексте: заголовок, подзаголовок, начало текста, лид, концовка и т.д. В фокус метафоры *хомячки* выводится концептуальный признак модели поведения – гиперагрессия, кроющаяся в маленьком и тщедушном зверьке-обжоре, для метафоры *табаки* – подлость, предательство, лицемерие; для метафоры *тигры* – политическое бессилие и бесполезность. Имплицировано актуализируется негативный оценочный компонент. Все очевидно, недружественное поведение несовместимо с установленными нормами и подлежит осуждению.

¹³ Орлов В. Комплекс убогости: Прибалтийские боевые хомячки берут власть в Европе. Свободная пресса. Политика / Евросоюз и Еврозона 08.02.2025. Доступно по: <https://svpressa.ru/politic/article/450111/>. Ссылка активна на 07.05.2025. Orlov V. Complex of miserableness: Baltic fighting hamsters take power in Europe. Svobodnaya pressa. Politics / European Union and Eurozone 08.02.2025. Available at: <https://svpressa.ru/politic/article/450111/>. Accessed May 07, 2025 (In Russ.).

¹⁴ Ibidem.

¹⁵ Ibidem

¹⁶ Толковый онлайн-словарь русского языка Ефремовой Т.Ф. Доступно по: <https://lexicography.online/explanatory/efremova/search?s=%D1%85%D0%BE%D0%BC%D1%8F%D0%BA>. Ссылка активна на 15.05.2025. Efremova's T.F. Online Comprehensive Dictionary of the Russian Language. Available at: <https://lexicography.online/explanatory/efremova/search?s=%D1%85%D0%BE%D0%BC%D1%8F%D0%BA> Accessed May 15, 2025 (In Russ.).

По мере увеличения размеров животного снижается уровень морали и степень значимости Литвы, Латвии и Эстонии как государств после их вступления в ЕС, но растет осознание собственной важности в политических процессах. Это пример проявления действия универсальной понятийной категории – градуальности, отражающей субъективные представления человека о степени проявления свойств объекта, основанные на знаниях и опыте, и тесно связанной с модусными категориями оценки.

Страны Европы, переложив на периферийных политиков и захолустных госслужащих Прибалтики *бумагоперекладывательные обязанности*, раздавая бюрократические должности вроде *комиссар Европейского союза по вопросам евро- и социального диалога*, вдруг обнаружили, что *аппарат Еврокомиссии превратился в клуб выходцев из Прибалтики*¹⁷. Как правило, клуб объединяет людей по интересам: деловым, познавательным, развивающим, развлекательным, денежным.

Метафоры устанавливают множественные ассоциации между объектом и его наименованием, причем внимание сознательно акцентируется на негативных характеристиках и действиях объекта. При помощи контекстуальных метафор поведение стран Прибалтики демонстрируется как взаимосвязанное, вписанное в нечто большее; в исторические и продолжающиеся события.

Поступки депутатов сеймов Литвы, Латвии и Эстонии совершенно неадекватны. Они, потеряв моральные принципы, вмешиваются в дела других государств, поддерживают нелегитимных президентов: *полку нелегитимных прибыло*.

В контексте происходящих событий и с позиции здравого смысла страны *Прибалтики, возмнившие себя неким «И.О. гендиректора по Европе»*¹⁸, нездоровы. Об этом красноречиво говорит метафора *трибалтийские вымираты*, акцентирующая внимание на негативных тенденциях развития этих трех стран, их политики, как внешней, так и внутренней. Обнажаются серьезные внутренние проблемы: милитаризация страны, падение уровня жизни, катастрофическое уменьшение населения в связи с углубляющимся демографическим кризисом, миграцией в поисках лучшей жизни, депортацией русскоязычного населения, которое не в состоянии сдать обязательный экзамен на знание латышского языка, находящегося на грани вымирания. За счет языковой игры *вымираты* – *эмираты* достигается аллюзия с Арабскими Эмиратами, группой небольших арабских стран, являющихся мировым лидером по добыче нефти и уровню жизни. Имплицитно предоставляется не только фактологическая информация и убедительные доказательства, но и дается отрицательная оценка.

Были выделены метафоры, относящиеся к области *болезнь*: *шизофреническая эскапада, белая горячка, маразм*. Концепт болезни рассматривается как событие (культурное или биологическое). В рамках пространственной ориентации – это движение вниз, связанное с упадком, деградацией. Понятийный компонент концепта *болезнь* – нарушение нормальной жизнедеятельности организма, расстройство здоровья (о человеке), отклонение от нормального развития, повреждение, разрушение, отклонение от нормы, то множество различных элементов, которые отражают ее сущность, в медийном дискурсе приобретает семантическое расширение. Метафоры *шизофреническая эскапада, белая горячка, маразм* – название психических заболеваний, связанных с нарушением психической деятельности, исчезновением индивидуальных черт личности, ухудшением приспособляемости к различным условиям, потерей трудоспособности.

В контексте сложившейся ситуации страны Прибалтики, находясь в состоянии полной экономической, моральной и интеллектуальной деградации, не осознавая собственной неполноценности, безумны в своих претензиях на мировое господство.

Объяснение болезни важно как в социальном, так и в эмоциональном плане. Названия заболеваний стилистически нейтральны, поэтому для интенсификации смысла используются такие языковые средства, как глаголы динамики заболевания: *наблюдаем, констатировали*, *шизофреническая эскапада не могла не вызвать* ответную реакцию, *симптомы появляются*, *маразм полностью вышел из-под контроля, повысить* трампоустойчивость, определители: *тихую, ползучую* прибалтизацию, *симптомы* белой горячки, *абсурдное вмешательство, абсурдное заявление, абсурдность этого балагана*.

¹⁷ Орлов В. Комплекс убогости: Прибалтийские боевые хомячки берут власть в Европе. Свободная пресса. Политика / Евросоюз и Еврозона 08.02.2025. Доступно по: <https://svpressa.ru/politic/article/450111/>. Ссылка активна на 07.05.2025. Orlov V. Complex of miserableness: Baltic fighting hamsters take power in Europe. Svobodnaya pressa. Politics / European Union and Eurozone 08.02.2025. Available at: <https://svpressa.ru/politic/article/450111/>. Accessed May 07, 2025 (In Russ.).

¹⁸ Ibidem.

В медиадискурсе позиционируется негативный образ стран Прибалтики и мирового сообщества. На лицо симптомы мегаломании (мания величия), психической ненормальности, выражающейся в преувеличенном мнении больного о себе, своих достоинствах и способностях¹⁹, которая проявляется на фоне шизофрении. Обладая *самым ограниченным суверенитетом в масштабах Евросоюза*, страны Прибалтики вмешиваются во внутривнутриполитические процессы других стран. Самоуверенность выражается в абсурдных устремлениях продолжения *войны с Россией даже вопреки воле Вашингтона, цель повысить «трампоустойчивость» Североатлантического альянса*, мечта создать коалицию из Литвы, Эстонии, Латвии, Великобритании и скандинавов для защиты Украины, рассмотрение Балтийского моря в роли *следующей арены геополитического противостояния с Российской Федерацией*²⁰ утопичны. Слишком громки и абсурдны звучащие заявления о планах по блокаде Калининграда и блокировке российского судоходства под предлогом «безопасности коммуникаций»²¹. Оказионализм *трампоустойчивость* подчеркивает политическую самоуверенность стран Прибалтики и их стремление выработать иммунитет к политике президента Америки. Подобные заявления противоречат здравому смыслу, поэтому все происходящее сравнивается с *балаганом* – старинным народным театральным зрелищем комического характера с примитивным сценическим оформлением.

За счет экстралингвистического и дискурсивного контекста, личных коммуникативных установок и интенций автора, актуализации внутренней формы метафор конструируется фрагмент политической реальности: *Абсурдность этого балагана очевидна любому, кого не укусил прибалт*²². *Репрезентируется концепт бешеного табаки, который кусает всех, кто оказывается на его пути*²³. Прибалты, заразившись манией величия, неспособны разумно и здраво оценивать свои силы.

Мания величия проявляется в уверенности: *Балтийское море выступит в роли следующей арены геополитического противостояния с Российской Федерацией*²⁴. Всем известно, что Балтийское море ассоциируется со странами Прибалтики. С очевидным сарказмом *Балтийское море* сравнивается с *Балтийской лужей*. Для *Вооруженных сил России* это даже не *тир*²⁵. Это аллюзия на *Маркизову лужу* – ироничное название Невской губы Финского залива, возникшее в среде офицеров балтийского флота в XIX веке и связано с именем морского министра России маркизом де Траверсе. При нем все дальние морские походы прекратились, а манёвры и учения кораблей балтийской эскадры проводились лишь в восточной части Финского залива на мелководье²⁶. Метафора *Балтийская лужа* скрывает в себе критику и злую насмешку, что порождает эффект комизма. Балтийские страны для *Вооруженных сил России* даже «не тир», где учатся стрелять. Россия не рассматривает Балтийские страны в качестве соперни-

¹⁹Толковый словарь психиатрических терминов. Доступно по: <https://609.slovaronline.com/1556-%D0%BC%D0%B5%D0%B3%D0%B0%D0%BB%D0%BE%D0%BC%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D1%8F>. Ссылка активна на 08.05.2025. Comprehensive Dictionary of Psychiatric Terms. Available at: <https://609.slovaronline.com/1556-%D0%BC%D0%B5%D0%B3%D0%B0%D0%BB%D0%BE%D0%BC%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D1%8F>. Accessed May 08, 2025 (In Russ.).

²⁰ Орлов В. Комплекс убогости: Прибалтийские боевые хомячки берут власть в Европе. Свободная пресса. Политика / Евросоюз и Еврозона 08.02.2025. Доступно по: <https://svpressa.ru/politic/article/450111/>. Ссылка активна на 07.05.2025. Orlov V. Complex of miserableness: Baltic fighting hamsters take power in Europe. Svobodnaya pressa. Politics / European Union and Eurozone 08.02.2025. Available at: <https://svpressa.ru/politic/article/450111/>. Accessed May 07, 2025 (In Russ.).

²¹ Ibidem.

²² Орлов В. Комплекс убогости: Прибалтийские боевые хомячки берут власть в Европе. Свободная пресса. Политика / Евросоюз и Еврозона 08.02.2025. Доступно по: <https://svpressa.ru/politic/article/450111/>. Ссылка активна на 07.05.2025. Orlov V. Complex of miserableness: Baltic fighting hamsters take power in Europe. Svobodnaya pressa. Politics / European Union and Eurozone 08.02.2025. Available at: <https://svpressa.ru/politic/article/450111/>. Accessed May 07, 2025 (In Russ.).

²³ Ibidem.

²⁴ Ibidem.

²⁵ Ibidem.

²⁶Википедия. Доступно по: https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B8%D0%B7%D0%BE%D0%B2%D0%B0_%D0%BB%D1%83%D0%B6%D0%B0. Ссылка активна на 08.05.2025. Wikipedia.. Available at: https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B8%D0%B7%D0%BE%D0%B2%D0%B0_%D0%BB%D1%83%D0%B6%D0%B0. Accessed May 08, 2025 (In Russ.).

ка. Внезапно осмелевшую «могучую кучку»²⁷ ожидает большое разочарование. Метафора *могучая кучка* может рассматриваться как пример речевой стилистической фигуры оксюморона – намеренное сочетание противоречивых понятий для создания комического эффекта. Иронический подтекст возникает в результате совмещения двух контрастных понятий *могучая* и *кучка*. Весь комизм ситуации: угрожать России – это абсурд: *бой между младенцем и чемпионом по боксу*²⁸ – слишком различны весовые категории. Противопоставление метафор *младенец* и *чемпион по боксу*, имеющих в своей основе различные сферы-источники, в медийном дискурсе активизирует значимые осознаваемые фрагменты опыта²⁹, ассоциируемые с безумной попыткой стран Прибалтики противостоять России. *Чемпион* определяется следующим образом: звание, присуждаемое победителю в спортивных соревнованиях, играх на первенство, а также лицо, команда, удостоенные такого звания³⁰. Соответственно, в фокус метафоры выводится концептуальный признак *победитель*. Из определения *младенец* – *маленький ребенок, дитя; разговорное: неопытный, наивный или беспомощный человек*³¹, – признак *беспомощный*.

В контексте событий в медийном дискурсе противопоставление метафор *младенец* и *чемпион по боксу* вносит новый элемент знания в концептуальную структуру *страны Прибалтики* и ведет к переосмыслению и изменению представлений об окружающей действительности.

Медийный дискурс отражает реальную расстановку политических сил на международной арене. Подобная конфронтация началась после вступления стран Прибалтики в НАТО, когда зазвучали гигантские пропагандистские амбиции и воинствующая риторика, но полное отсутствие как возможностей осуществлять собственную военную политику, так и экономического потенциала делает страны Прибалтики беззащитными, именно поэтому: *Поладить с Россией – это очень хорошая идея*³².

Отвечая на вопрос, «так кто же *табаки*?», полагаем, что результаты исследования метафор как инструмента репрезентации образа *страны Прибалтики* дают основание сделать вывод: страны Прибалтики не *табаки*, а воинствующие хомячки, страдающие от комплекса убогости.

Заключение

Таким образом, в результате исследования роли концептуальных метафор в процессе репрезентации образа «страны Прибалтики» в политическом медийном дискурсе были сделаны следующие выводы.

1. В процессе когнитивно-дискурсивного анализа выделены и исследованы метафоры, играющие важную роль в актуализации образа «страны Прибалтики», являющегося частью концептуальной картины авторского восприятия фрагмента действительности: зооморфные метафоры: *прибалтийские*

²⁷ Орлов В. Комплекс убогости: Прибалтийские боевые хомячки берут власть в Европе. Свободная пресса. Политика / Евросоюз и Еврозона 08.02.2025. Доступно по: <https://svpressa.ru/politic/article/450111/>. Ссылка активна на 07.05.2025. Orlov V. Complex of miserableness: Baltic fighting hamsters take power in Europe. Svobodnaya pressa. Politics / European Union and Eurozone 08.02.2025. Available at: <https://svpressa.ru/politic/article/450111/>. Accessed May 07, 2025 (In Russ.).

²⁸ Ibidem.

²⁹ Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. М.: Гнозис. 2002;477. Доступно по: https://www.phantastike.com/linguistics/yaz_krug_lichnost_kontsepty_diskurs/djvu/view/. Ссылка активна на 15.05.2025. Karasik V.I. Language circle: personality, concepts, discourse. Moscow: Gnosis. 2002;477. Available at: https://www.phantastike.com/linguistics/yaz_krug_lichnost_kontsepty_diskurs/djvu/view/. Accessed May 15, 2025 (In Russ.).

³⁰ Толковый онлайн-словарь русского языка Ефремовой Т.Ф. Доступно по: <https://lexicography.online/explanatory/efremova/%D1%87/%D1%87%D0%B5%D0%BC%D0%BF%D0%B8%D0%BE%D0%BD>. Ссылка активна на 15.05.2025. Efremova's T.F. Online Comprehensive Dictionary of the Russian Language. Available at: <https://lexicography.online/explanatory/efremova/%D1%87/%D1%87%D0%B5%D0%BC%D0%BF%D0%B8%D0%BE%D0%BD>. Accessed May 15, 2025 (In Russ.).

³¹ Толковый онлайн-словарь русского языка Ефремовой Т.Ф. Доступно по: <https://lexicography.online/explanatory/efremova/%D0%BC/%D0%BC%D0%BB%D0%B0%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D0%B5%D1%86>. Ссылка активна на 15.05.2025. Efremova's T.F. Online Comprehensive Dictionary of the Russian Language. Available at: <https://lexicography.online/explanatory/efremova/%D0%BC/%D0%BC%D0%BB%D0%B0%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D0%B5%D1%86>. Accessed May 15, 2025 (In Russ.).

³² Орлов В. Комплекс убогости: Прибалтийские боевые хомячки берут власть в Европе. Свободная пресса. Политика / Евросоюз и Еврозона 08.02.2025. Доступно по: <https://svpressa.ru/politic/article/450111/>. Ссылка активна на 07.05.2025. Orlov V. Complex of miserableness: Baltic fighting hamsters take power in Europe. Svobodnaya pressa. Politics / European Union and Eurozone 08.02.2025. Available at: <https://svpressa.ru/politic/article/450111/>. Accessed May 07, 2025 (In Russ.).

табаки, прибалтийские тигры, воинствующие хомячки; метафоры, относящиеся к области *болезнь*, которые можно рассматривать как негативное событие: *шизофреническая эскапада, белая горячка, маразм, ползучая прибалтизация, трампоустойчивость*; образные метафоры: *прибалтийские вымираты, балаган, Балтийской море, Балтийская лужа, могучая кучка*; метафоры, имеющие в своей основе различные сферы-источники: *младенец, чемпион*.

Выявлены авторские метафоры-оказионализмы: *трибалты, трибалтийский, вымираты, бумагоперекладывательные, прибалтизация, трампоустойчивость*, основанные на индивидуально-авторском представлении концепта *страны Прибалтики* и образованные по словообразовательным моделям.

Наблюдается концептуальная интеграция, при которой метафоры, инкорпорированные в одну метафорическую модель, одновременно являются элементами другой и образуют единое многомерное концептуальное пространство или когнитивную матрицу – систему взаимосвязанных областей концептуализации объекта.

2. Метафорическое переосмысление действительности связано с образностью, которая формирует содержательную основу концепта и отражает способ мышления человека о явлении, предмете и т.д. Концептуальное многомерное пространство, моделируемое во фрагменте медийного дискурса, представлено следующими группами концептов, определяющих концептуальные параметры *страны Прибалтики*. Ядро концепта *страны Прибалтики* составляют анималистические концепты: *прибалтийские табакки, прибалтийские тигры, воинствующие хомячки*, характеризующие объект с точки зрения морально-нравственной ущербности; к периферийной области были отнесены концепты изменения состояния (болезнь): *шизофреническая эскапада, белая горячка, маразм*, акцентирующие внимание на негативных тенденциях развития страны в политическом или экономическом развитии, указывающих на стратегические и тактические ошибки в поведении власти, неблагополучие стран Прибалтики; соревнования: *младенец, чемпион*.

3. В медийном дискурсе, представляющем единство лингвистических и экстралингвистических факторов, способствующих изменению и обновлению имеющихся ментальных представлений о фрагментах действительности, понятийный компонент концепта приобретает новое содержание. В результате компонентного анализа выделены признаки-параметры, характеризующие концепт *страны Прибалтики*: злоба, агрессия, русофобия, мстительность, политическое бессилие, безумие, морально-нравственная ущербность. В анализируемом фрагменте медийного дискурса имплицитно актуализируется негативный оценочный компонент. Все очевидно, недружественное поведение несовместимо с установленными нормами и подлежит осуждению.

Рассматривая метафору как инструмент репрезентации образа *страны Прибалтики* в медийном дискурсе, следует отметить, что за счет метафорических переносов создается эффект образности и экспрессивности, устанавливается обратная эмоциональная связь с аудиторией, создается эффект убедительности транслируемой информации.

Разное прочтение образа, основанного на одном метафорическом концепте, обеспечивается выведением в фокус метафорического переноса нужных автору концептуальных признаков, предпочтение отдается негативной модальности, т.к. негативные образы, отражающие проблемы стран Прибалтики, преобладают над положительными.

Метафоры создают ассоциации, связывая новые идеи с известными концепциями, изменяют ассоциативное поле, направляют концептуализацию аудитории в нужное русло. Концептуальные метафоры как когнитивный механизм образа «страны Прибалтики» при актуализации компонентов информационной структуры сферы-источника метафорического переноса оказывают значительное эмоциональное воздействие на реципиента, обладают мощным манипулятивным, прагматическим и когнитивным потенциалом.

Список литературы

1. Блэк М. Метафора. Теория метафоры. Под общ. ред. Арутюновой Н.Д. и Журинской М.А. М.: Прогресс. 1990;153–172. Доступно по: <http://www.philology.ru/linguistics1/black-90.htm>. Ссылка активна на 08.05.2025.
2. Lakoff G. The contemporary theory of metaphor. In A. Ortony (Ed.). Metaphor and thought. Cambridge University Press. 1993;202–251. <https://doi.org/10.1017/CBO9781139173865.013>.

3. Fauconnier G., Turner M. Conceptual integration networks. *Cognitive Science*. 1998;2(22):133–187. https://doi.org/10.1207/s15516709cog2202_1.
4. Ritchie D. Common Ground in Metaphor Theory: Continuing the Conversation. *Metaphor and Symbol*. 2004;3(19):233–244. https://doi.org/10.1207/s15327868ms1903_4.
5. Баранов А.Н. О типах сочетаемости метафорических моделей. *Вопросы языкознания*. Москва. 2003;2:73–94. Доступно по: <https://vja.ruslang.ru/ru/archive/2003-2/73-94>. Ссылка активна на 08.05.2025.
6. Чудинов А.П. Россия в метафорическом зеркале: Когнитивное исследование политической метафоры. Екатеринбург: Уральский государственный педагогический университет. 2001;238. Доступно по: <https://core.ac.uk/download/pdf/132622929.pdf>. Ссылка активна на 08.05.2025.
7. Чудинов А.П. Метафорическая мозаика в современной политической коммуникации. Екатеринбург: Уральский государственный педагогический университет 2003;248. Доступно по: <http://elar.uspu.ru/bitstream/uspu/5980/1/mon00062.pdf>. Ссылка активна на 08.05.2025.
8. Скребцова Т.Г. Когнитивная лингвистика: классические теории, новые подходы. (Разумное поведение и язык. Language and Reasoning). М.: Издательский Дом ЯСК. 2018;392. Доступно по: <https://nenadict.iling.spb.ru/publications/691>. Ссылка активна на 08.05.2025.
9. Будаев Э.В., Чудинов А.П. Когнитивная теория метафоры: новые горизонты. *Известия Уральского федерального университета. Проблемы образования, науки и культуры*. 2013;1(110):6–13. Доступно по: <http://hdl.handle.net/10995/18228>. Ссылка активна на 08.05.2025.
10. Cuccio V., Steen G. Metaphor in language, cognition, and communication: Attention to metaphor: From neurons to representations. Amsterdam and Philadelphia: John Benjamins. 2018;(7):133–137. <https://doi.org/10.1075/milcc.7>.
11. Gentner D., Imai M., Boroditsky L. As time goes by: Evidence for two systems in processing space → time metaphors. *Language and Cognitive Processes*. 2002;5(17):537–565. <https://doi.org/10.1080/01690960143000317>.
12. Rasse C., Onysko A., Citron F. Conceptual metaphors in poetry interpretation: a psycholinguistic approach. *Language and Cognition*. 2020;12(2):310–342. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/langcog.2019.47>.
13. Rugg M.D., Renoult L. The Cognitive Neuroscience of Memory Representations. 2025;39. https://doi.org/10.31234/osf.io/wvsuz_v1.
14. Lakoff G., Johnson M. Metaphors we live by. *The Journal of Aesthetics and Art Criticism*. Review by: Black M. 1980;40(2):208–210. <https://doi.org/10.2307/430414>.
15. Cienki A. Bush's and Gore's language and gestures in 2000 US presidential debates: A test case for two models of metaphors. *Journal of Language and Politics*. 2004;3(3):409 – 440. <https://doi.org/10.1075/jlp.3.3.04cie>.
16. Yanow D. Cognition Meets Action: Metaphors as Models of and Models for. *Political Language and Metaphor: Interpreting and Changing the World*. 2008;320. <https://doi.org/10.4324/9780203931233>.
17. Gibbs R.W. Metaphor wars: conceptual metaphors in human life. New York, NY: Cambridge University Press. 2017;320. <https://doi.org/10.1017/9781107762350>.
18. Ли М., Солопова О.А. Метафорическое моделирование образа Китая в современном политическом дискурсе. *Политическая лингвистика*. 2021;2 (86):98–105. https://doi.org/10.26170/1999-2629_2021_02_09.
19. Будаев Э.В., Чудинов А.П. Становление и эволюция зарубежной политической лингвистики. *Политическая лингвистика*. 2006;1:75–94. Доступно по: <https://politlingvistika.ru/images/1-2006/5.pdf>. Ссылка активна на 08.05.2025.
20. Чес Н.А. Концептуальная метафора в политическом медиадискурсе (на материале английского языка). Москва: МГИМО-Университет 2020;190. Доступно по: [text_978_9228_2248_0_2020_02.pdf](text_978_9228_2248_0_2020_02.pdf). Ссылка активна на 08.05.2025.
21. Кобленкова Д.В. Метафоры роста: карлики в шведской литературе XX века. Вестник ННГУ. 2014;2(2):191–194. Доступно по: http://www.unn.ru/pages/e-library/vestnik/19931778_2014_-_2-2_uni-code/40.pdf. Ссылка активна на 08.05.2025.

References

1. Black M. Metaphor. Theory of Metaphor. Edited by Arutyunova ND. and Zhurinskaya MA. Moscow: Progress. 1990; 153–172. Available at: <http://www.philology.ru/linguistics1/black-90.htm>. Accessed May 08, 2025. (In Russ.).
2. Lakoff G. The contemporary theory of metaphor. In A. Ortony. Edited Metaphor and thought. Cambridge University Press. 1993; 202–251. <https://doi.org/10.1017/CBO9781139173865.013>.
3. Fauconnier G, Turner M. Conceptual integration networks. *Cognitive Science*. 1998;2(22):133–187. https://doi.org/10.1207/s15516709cog2202_1.
4. Ritchie D. Common Ground in Metaphor Theory: Continuing the Conversation. *Metaphor and Symbol*. 2004; 3(19):233–244. https://doi.org/10.1207/s15327868ms1903_4.
5. Baranov AN. About types of combinability of metaphorical models. *Voprosy Jazykoznanija*. Moscow. 2003; 2:73–94. Available at: <https://vja.ruslang.ru/ru/archive/2003-2/73-94>. Accessed May 08, 2025. (In Russ.).
6. Chudinov AP. Russia in the metaphorical mirror: A cognitive study of political metaphor. Ekaterinburg: Ural State Pedagogical University. 2001;238. Available at: <https://core.ac.uk/download/pdf/132622929.pdf>. Accessed May 08, 2025. (In Russ.).
7. Chudinov AP. Metaphorical mosaics in contemporary political communication. Yekaterinburg: Ural State Pedagogical University. 2003;248. Available at: <http://elar.uspu.ru/bitstream/uspu/5980/1/mon00062.pdf>. Accessed May 08, 2025. (In Russ.).
8. Skrebtsova TG. Cognitive linguistics: classical theories, new approaches. (Reasonable Behavior and Language. Language and Reasoning). Moscow: Publishing House: Languages of Slavic Culture. 2018;392. Available at: <https://nenadict.iling.spb.ru/publications/691>. Accessed May 08, 2025. (In Russ.).
9. Budaev EV, Chudinov AP. Cognitive theory of metaphor: new horizons. *Izvestia Ural Federal University Journal. Series 1. Issues in Education, Science and Culture*. 2013;1(110):6–13. Available at: <http://hdl.handle.net/10995/18228>. Accessed May 08, 2025. (In Russ.).
10. Cuccio V, Steen G. Metaphor in language, cognition, and communication: Attention to metaphor: From neurons to representations. Amsterdam and Philadelphia: John Benjamins. 2018;(7):133–137. <https://doi.org/10.1075/milcc.7>.
11. Gentner D, Imai M, Boroditsky L. As time goes by: Evidence for two systems in processing space → time metaphors. *Language and Cognitive Processes*. 2002;5(17):5537–565. <https://doi.org/10.1080/01690960143000317>.
12. Rasse C, Onysko A, Citron F. Conceptual metaphors in poetry interpretation: a psycholinguistic approach. *Language and Cognition*. 2020;12(2):310–342. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/langcog.2019.47>.
13. Rugg MD, Renoult L. The Cognitive Neuroscience of Memory Representations. 2025;39. https://doi.org/10.31234/osf.io/wvsuz_v1.
14. Lakoff G, Johnson M. Metaphors we live by. *The Journal of Aesthetics and Art Criticism*. Review by: Black M. 1980;40(2):208–210. <https://doi.org/10.2307/430414>.
15. Cienki A. Bush's and Gore's language and gestures in 2000 US presidential debates: A test case for two models of metaphors. *Journal of Language and Politics*. 2004;3(3):409–440. <https://doi.org/10.1075/jlp.3.3.04cie>.
16. Yanow D. Cognition Meets Action: Metaphors as Models of and Models for. *Political Language and Metaphor: Interpreting and Changing the World*. 2008;320. <https://doi.org/10.4324/9780203931233>.
17. Gibbs RW. Metaphor wars: conceptual metaphors in human life. New York, NY: Cambridge University Press. 2017;320. <https://doi.org/10.1017/9781107762350>.
18. Lee M, Solopova OA. Metaphorical Modeling of the image of China in modern political discourse. *Political Linguistics*. 2021;2 (86):98–105. https://doi.org/10.26170/1999-2629_2021_02_09. (In Russ.).
19. Budaev EV, Chudinov AP. Formation and evolution of foreign political linguistics. *Political Linguistics*. 2006;1:75–94 Available at: <https://politlinguistika.ru/images/1-2006/5.pdf>. Accessed May 08, 2025. (In Russ.).
20. Ches NA. Conceptual metaphor in political media discourse (on the material of the English language). Moscow: Moscow State Institute of International Relations–University. 2020;190. Available at: [text_978_9228_2248_0_2020_02.pdf](text_978_9228_2248_0_2020_02.pdf). Accessed May 08, 2025. (In Russ.).
21. Koblenkova DV. Metaphors of growth: dwarfs in Swedish literature of the XX century. *Vestnik of Lobachevsky University of Nizhni Novgorod*. 2014;2(2):191–194. Available at: http://www.unn.ru/pages/e-library/vestnik/19931778_2014_-_2-2_unicode/40.pdf. Accessed May 07, 2025. (In Russ.).

История статьи:

Получена: 09.04.2025

Принята: 25.04.2025

Опубликована онлайн: 25.06.2025

Article history:

Received: 09.04.2025

Accepted: 25.04.2025

Published online: 25.06.2025

Сведения об авторе:

Калашникова Лариса Валентиновна, доктор филологических наук, профессор кафедры английского языка, Орловский государственный университет им. И.С. Тургенева; Орел, Российская Федерация; e-mail: ikalashnikova@inbox.ru.

Bionote:

Larisa V. Kalashnikova, Prof. Dr. habil. (Philology), Professor, English Language Department, Orel State University named after I.S. Turgenev; Orel, Russian Federation; e-mail: ikalashnikova@inbox.ru.



Статья опубликована на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0 International (CC-BY 4.0).

This is an open access article distributed under the terms of Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC-BY 4.0)

Оригинальная статья

УДК 81'42+ 811.161.1

<https://doi.org/10.29025/2079-6021-2025-2-100-116>

Смыслообразующие функции языковых аномалий
в поликодовых текстах рекламы медицинских товаров и услуг

Т.Б. Радбиль

*Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет**им. Н. И. Лобачевского;**603022, Российская Федерация, Нижний Новгород, пр. Гагарина, 27;**ORCID ID: 0000-0002-7516-6705;**РИНЦ Author ID: 417850, SPIN 2835-0370;**Web of Science Researcher ID: AAO-6983-2020;**Scopus Author ID: 57210390493;**e-mail: timur@radbil.ru***Финансирование:**

Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда № 24-18-00371 «Дискурсивные практики в сфере здравоохранения и направления их оптимизации: лингвистические и этико-правовые аспекты», <https://rscf.ru/project/24-18-00371/>

Аннотация: В статье рассматривается лингвокреативный потенциал моделей языковой аномальности разных типов в поликодовых текстах рекламы медицинских товаров и услуг. Предметом исследования выступают смыслопорождающие механизмы языковых аномалий в рекламе, действие которых усиливается за счет нового качества информации, создаваемой в результате взаимодействия вербального и невербального компонентов рекламного контента. Используется авторская методика комплексного (лингвосомиотического, коммуникативно-прагматического и когнитивно-дискурсивного) анализа поликодовых текстов. Материалом исследования является массив поликодовых текстов отечественной рекламы медицинских товаров и услуг, сформированный посредством собственного интернет-мониторинга автора. Объем исследованного материала составляет 78 текстовых единиц. Рассмотрены разновидности поликодовых текстов, использующие модели аномалий языковой концептуализации мира и модели собственно языковых аномалий на разных уровнях системы. Установлено, что семантическая емкость и экспрессивная нагруженность поликодовых текстов рекламы медицинских товаров и услуг, созданных на основе разнообразных лингвосомиотических, прагмалингвистических и языковых преобразований, обнаруживают существенный воздейственный эффект. В то же время в погоне за излишней лингвокреативностью создатели рекламного контента нередко грешат неоправданностью и неуместностью предлагаемых «языковых изысков», этическими нарушениями, в недопустимо игривом и легковесном тоне рассуждают о достаточно серьезных вещах, связанных со здоровьем нации. Делается вывод о том, что рекламе в области здравоохранения необходимо найти баланс между естественной потребностью к самовыражению авторов, их стремлению к небанальной и нетривиальной подаче информации, с одной стороны, и соблюдением норм и принципов оптимального и корректного речевого взаимодействия с аудиторией — с другой. Практическая значимость исследования заключается в возможности использовать его результаты как для оптимизации практической деятельности по созданию рекламного контекста в области здравоохранения, так и для усовершенствования методики производства судебной лингвистической экспертизы по делам о ненадлежащей рекламе.

Ключевые слова: лингвокреативность, языковые аномалии, поликодовый текст, реклама медицинских товаров и услуг, смыслообразующие функции, речевое воздействие, рекламный дискурс, активные процессы в русском языке.

Для цитирования: Радбиль Т.Б. Смыслообразующие функции языковых аномалий в поликодовых текстах рекламы медицинских товаров и услуг. *Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики*. 2025. № 2. С. 100–116. <https://doi.org/10.29025/2079-6021-2025-2-100-116>.

Original Paper

<https://doi.org/10.29025/2079-6021-2025-2-100-116>

Sense-Forming Functions of Language Anomalies in Polycode Texts of Advertising Medical Products and Services

Timur B. Radbil

*Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod;
22 Gagarin Ave., Nizhny Novgorod, Russian Federation, 603022;
ORCID ID: 0000-0002-7516-6705;
Web of Science Researcher ID: AAO-6983-2020;
Scopus Autor ID: 57210390493;
Author ID: 417850; SPIN-code: 2835-0370;
e-mail: timur@radbil.ru*

Abstract: The paper examines the linguacreative potential of language anomaly models of different types in polycode texts advertising medical products and services. The subject of the study is the sense-generating mechanisms of language anomalies in advertising, the effect of which is enhanced by the new quality of information created as a result of the verbal and non-verbal components interaction of the advertising content. The author's methodology of complex (linguasemiotic, communicative and pragmatic, and cognitive and discursive) analysis of polycode texts is used. The material of the study is an amount of polycode texts of domestic advertising of medical products and services, formed through the author's own Internet monitoring. The volume of the studied material is 78 text units. The varieties of polycode texts using anomaly models of the language conceptualization of the world and language anomaly models themselves at different levels of the system are considered. It has been established that the semantic capacity and expressive load of polycode texts advertising medical products and services, created on the basis of various linguasemiotic, pragmalinguistic and language transformations, reveal a significant impact effect. At the same time, in pursuit of excessive linguacreativity, creators of advertising content often sin with unjustified and inappropriate "language delights" offered, ethical violations, and in an unacceptably playful and frivolous tone discuss quite serious things related to the health of the nation. It is concluded that advertising in the field of healthcare needs to find a balance between the natural need for self-expression of authors, their desire for an original and non-trivial presentation of information, on the one hand, and compliance with the norms and principles of optimal and correct speech interaction with the audience, on the other. The practical significance of the study lies in the possibility of using its results both for optimizing practical activities in creating an advertising context in the field of healthcare and for improving the methodology for processing forensic linguistic expertise in cases of improper advertising.

Keywords: linguistic creativity, language anomalies, polycode text, medical products and services advertising, meaning-forming functions, speech impact, advertising discourse, active processes in the Russian language.

Acknowledgement: The reported study was funded by Russian Science Foundation "Discursive practices in the field of healthcare and their optimization ways: linguistic, ethical and legal aspects", project number № 24-18-00371, <https://rscf.ru/project/24-18-00371/>.

For citation: Radbil T.B. Sense-forming functions of language anomalies in polycode texts of advertising medical products and services. *Current Issues in Philology and Pedagogical Linguistics*. 2025, no 2, pp. 100–116. <https://doi.org/10.29025/2079-6021-2025-2-100-116>(In Russ.).

Введение

Инновационные явления в современной русской речи, значительно активизировавшиеся в наши дни в дискурсивных практиках социума, самым тесным образом связаны, как это было показано в работе [1], с освоением носителями языка самых разнообразных моделей языковых аномалий и девиаций как на разных уровнях системы языка, так и в области ее речевой реализации. В развиваемой нами теории

языковой аномальности [2] обосновано, что в любом развитом национальном языке предусмотрены определенные механизмы реализации не только системно-языковых норм и правил, но и отклонений от них, которые, в свою очередь, выступают как фактор развития лингвокреативного потенциала языка, усиления его экспрессивных возможностей [3].

Значительной представляется роль языковых аномалий и в активных процессах в языке, первоначальным импульсом для возникновения и дальнейшего распространения которых всегда являются какие-либо нарушения моделей стандартного, соответствующего нормам употребления языковых единиц. При этом в современной отечественной социокультурной среде имеется ряд дискурсивных практик, для которых характерна повышенная значимость языковых преобразований, разнообразных эффектов лингвокреативности. К таковым относится и интересующая нас в этой работе рекламная коммуникация: установка на осознанное использование всевозможных языковых новаций для современной рекламы является обычной практикой [4; 5].

При этом в целях нашего исследования важно, что механизмы языковой аномализации в рекламном дискурсе подлежат активной эксплуатации в целях рождения и внедрения в языковое сознание аудитории новых смыслов, которые во многом и обеспечивают требуемую аттрактивность рекламных сообщений, их воздейственный эффект. Указанные эффекты значительным образом возрастают, если используются тексты нового типа — так называемые поликодовые тексты [6] (или, в другой терминологии, — тексты креолизованные [7]), в которых смыслопорождающие механизмы языковой аномальности усиливаются за счет нового качества информации, порожденной в результате взаимодействия вербального и невербального компонентов [8].

Все сказанное выше позволяет ввести в рассмотрение непосредственный предмет настоящего исследования — языковые и лингвопрагматические модели языковой аномальности, используемые в целях порождения нетривиального смысла в поликодовых текстах, принадлежащих такой специфической, социально значимой области рекламной коммуникации, как реклама медицинских товаров и услуг.

Обзор литературы

В современном отечественном гуманитарном знании интерес к проблемам языковых аномалий активизировался благодаря работе Н.Д. Арутюновой «Аномалии и язык (к проблеме языковой «картины мира»)» [9]. Основы теоретического рассмотрения языковой аномальности заложены Ю.Д. Апресяном, который трактовал языковую аномалию как нарушение правила употребления какой-то языковой или текстовой единицы [10]. В целях нашего исследования важны предложенное в монографии Т.В. Булыгиной и А.Д. Шмелева положение о том, что «возможность отклонений от языковых правил в речевой практике как бы предусмотрена самими правилами...» [11: 439], в результате чего языковые аномалии могут рационально переосмысляться в дискурсе в качестве носителей нетривиального смысла, маркеров речевой выразительности и средств коммуникативно-прагматического воздействия. Практически все существующие в языке приемы выразительности, в том числе стилистические тропы и фигуры, основаны на разного рода преобразованиях, отклонениях, сдвигах, смещениях, фиксируемых по отношению к некоему интуитивно ощущаемому стандарту [2; 3].

Как уже было сказано выше, своего рода «лабораторией» для производства и эксплуатации механизмов языковой аномальности является рекламная коммуникация [4; 5]. Многие средства выразительности и аттрактивности, используемые в рекламе, также основаны на моделях языковой аномальности [12]. В настоящее время изучение рекламного дискурса оформляется в отдельное направление дискурс-аналитических штудий — см., например [13; 14]. При этом исследования специализируются на разных предметно-тематических разновидностях языка рекламной коммуникации внутри рекламного дискурса. В этой связи особое внимание привлекают лингвопрагматические и дискурсивные особенности рекламы медицинских товаров и услуг, которая имеет свою специфику в связи с существенной социальной значимостью предмета рекламирования, связанного со здоровьем людей. Таким образом, указанная реклама становится составной частью «дискурсивных практик в области здравоохранения» как сравнительно новой области изучения в отечественной и зарубежной науке о языке [15; 16]. К рекламе в этой сфере предъявляются особые требования, потому что на кону стоит здоровье нации [17; 18]. В то же время данному виду рекламы, конечно же, присущи и общие тенденции рекламной коммуникации сегодня, которую, с одной стороны, отличает установка на повышенную лингвокреативность, а с другой — она зачастую грешит излишней, неоправданной экспрессией, бывает некорректной, недостоверной, нарушает этические нормы. Поэтому предпринятое в настоящей работе исследование

смыслообразующих механизмов современной отечественной рекламы медицинских товаров и услуг приобретает не только отвлеченную теоретическую, но и практическую значимость.

Методы и материал исследования

В исследовании используется разрабатываемая автором методика комплексного (лингвосемиотического, коммуникативно-прагматического и когнитивно-дискурсивного) анализа поликодовых текстов [8], которая основана на существующих в отечественной и зарубежной науке о языке разработках в области логического анализа языка и дискурс-анализа [6; 19], аффективной и экспериментальной прагматики [20; 21].

Материалом исследования является массив поликодовых текстов отечественной рекламы медицинских товаров и услуг, сформированный посредством собственного интернет-мониторинга автора. Объем исследованного материала составляет 78 единиц поликодовых рекламных текстов.

Результаты и дискуссия

В наших работах по языковой аномальности показано, что языковые аномалии следует трактовать расширительно: реализуясь на поверхностном уровне вербальным способом, они при этом не всегда имеют собственно вербальную природу. Источником многих аномалий, в частности, являются разнообразные нарушения на уровне концептуальном, мотивационно-прагматическом или ценностном [3]. В связи с этим анализируемые в настоящей работе поликодовые рекламные тексты мы условно делим на две группы: (1) тексты, эксплуатирующие аномалии языковой концептуализации мира, фактором которых выступают отклонения от фактической или логической истинности, девиации в ценностной сфере или в области реализации конвенций общения; (2) тексты, эксплуатирующие собственно языковые аномалии, связанные с нарушением лексико-семантических, фразеологических, словообразовательных, стилистических или грамматических норм языка.

Аномалии языковой концептуализации мира

В числе аномалий языковой концептуализации мира мы выделили такую разновидность, как аномалии, которые мы условно именовали «онтологические» — как нарушения в плане соответствия высказывания действительности («в жизни так не бывает»), т.е. фактической истинности. Применительно к интересующему нас текстовому материалу, аномалии подобного рода связаны с установлением ложных связей между некоррелирующими областями реальности, с приписыванием явлениям несвойственных им атрибутов или иных характеристик и под., что делается авторами рекламных сообщений для импликации необходимых им смыслов или эмоционально окрашенных образов в целях воздействия на аудиторию в нужном направлении.

Так, в вербальном компоненте рекламы клиники репродуктивной медицины «Medica» (Москва) имеется слоган в формате риторического вопроса: «А Вы знаете, что Ваши малыши начинают улыбаться еще до своего появления на свет?», который сопровождается изображением врача, только что принявшего роды, и лежащей на кровати матери (см. Рис. 1).



Рис. 1. Реклама клиники репродуктивной медицины «Medica» (Москва)
Fig. 1. Advertisement of the Reproductive Medicine Clinic "Medica" (Moscow)¹

¹ Яндекс.ру: Портал изображений. Доступно по: <https://yandex.ru/images/search?lr=47&source=serp&stype=image&text=реклама%20медицинских%20товаров%20и%20услуг>. Ссылка активна на 12.04.25. Yandex.ru: Images Portal. Available in: <https://yandex.ru/images/search?lr=47&source=serp&stype=image&text=реклама%20медицинских%20товаров%20и%20услуг>. Accessed 12.04.25.

Здесь эксплуатируется наведенная в контексте ассоциативно-смысловая связь позитивного ореола, заложенного в образе ребенка, который улыбается еще в материнской утробе, и перечнем оказываемых в клинике конкретных медицинских услуг (ведение беременности, все виды анализа, УЗИ 4D): в реальности врачебное сопровождение беременности не имеет никакой связи с улыбкой ребенка в пренатальный период — между этими явлениями вообще отсутствуют какие-либо отношения взаимобусловленности.

Аналогичным образом в вербальном компоненте рекламы стоматологической клиники «Пасман» (Новосибирск) слоган: «А ваш ребенок испытывает такие же эмоции у стоматолога?» — в формате риторического вопроса эксплуатирует положительный эмоциональный потенциал апелляции к общечеловеческим ценностям. Какие именно эмоции имеются в виду — раскрывается в изображении веселых мальчика и девочки (см. **Рис. 2**).

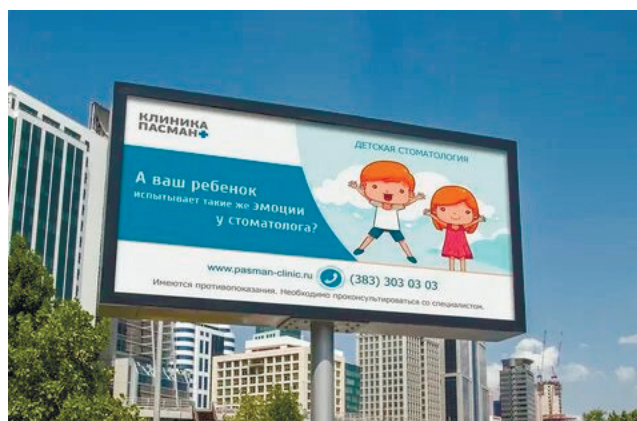


Рис. 2. Реклама стоматологической клиники «Пасман» (Новосибирск)

Fig. 2. Advertisement of the Dental Clinic "Pasman" (Novosibirsk)²

Данный слоган в совокупности с невербальным компонентом устанавливает отсутствующую в реальности связь между радостью ребенка и посещением стоматолога. Трудно представить, что поход к зубному доктору в реальности может вызывать у ребенка чувство радости, какими бы благоприятными ни были условия в стоматологической клинике, какими бы доброжелательными ни были бы врачи.

В группе аномалий языковой концептуализации мира, согласно принятой в наших работах классификации, к аномалиям «онтологическим» примыкают собственно логические аномалии, которые основаны на разнообразных нарушениях «логической истинности», т.е. логических закономерностей («неправильная мысль о мире») [2; 3]. Так, например, закон тождества явным образом нарушается в поликодовом тексте рекламы противогрибкового крема «Фунготербин» (**Рис. 3**).



Рис. 3. Реклама противогрибкового крема «Фунготербин»

Fig. 3. Advertisement of the for antifungal cream "Fungoterbine"³

² Там же. Ibid.

³ Там же. Ibid.

Его слоган: «Здоровые ноги — это Ваше лицо» — оксюморонно обыгрывает столкновение прямого значения словоформы *ноги* и переносного значения (*Ваше*) *лицо* 'перен. Индивидуальный облик, отличительные черты кого-либо, чего-либо'⁴. В результате этого имплицуруется новый смысл: 'за ногами требуется такой же уход, как за лицом, в чем и призван помочь рекламируемый крем', который эксплицитно представлен в последующей за слоганом вопросительной эхо-фразе: «Почему за ногам вы ухаживаете менее ревностно?»

Логическая аномальность в режиме языковой игры эксплуатируется в невербальном компоненте рекламного текста, где мы видим две фигуры мужчины и женщины, у которых вместо лиц изображены ступни ног. Представляется, что в случаях подобного рода «лингвокреативность» рекламистов приходит в противоречие с требованиями вкуса и чувства меры, так как получившийся коллаж производит жуткое впечатление.

Логическая аномальность может возникать в случае неточного референцирования, когда не вполне ясно, что, собственно, имеется в виду. Так, в поликодовом тексте рекламы жевательных таблеток «Гевискон» сообщается, что данные таблетки, в силу своей двуслойности (а значит, «двойного действия»), как написано на упаковке), «гасят изжогу с двух сторон» (Рис. 4).



Рис. 4. Реклама стоматологической клиники «Пасман» (Новосибирск)
Fig. 4. Advertisement of the Dental Clinic "Pasman" (Novosibirsk)⁵

Поскольку ни контекст, ни невербальный компонент не позволяют с достоверностью установить, о каких сторонах идет речь, предполагается самая вероятная интерпретация: первая сторона — это пища, доступ к которому при глотании таблеток осуществляется через рот. Даже боимся задуматься, что же подразумевается под второй стороной?

Согласно нашей концепции языковой аномальности, еще одной разновидностью аномалий языковой концептуализации мира выступают аномалии ценностные, которые в речевой зоне неостраняемой авторской интенциональности (т.е. не в описании говорящим чужой позиции) содержат очевидные отклонения от общепринятой в языковом сообществе шкалы ценностей [2; 3]. Часто подобную аномальность могут сопровождать логические нарушения. Так, в поликодовом тексте рекламы клиники «DoctorVen» (Хабаровск), специализирующейся на профилактике и лечении сосудистых заболеваний, представлен рекламный заголовок: «Инновационные методы лечения геморроя» (Рис. 5).

⁴ *Словарь русского языка*: в 4-х т. (МАС) / Академия наук СССР, Институт русского языка им. В.В. Виноградова; под ред. А.П. Евгеньевой. М.: Русский язык, 1985–1988. Т. II : К–О. 1986. 736 с. Доступно по: <https://gufo.me/dict/mas>. Ссылка активна на 17.04.2025. *The Codified Russian Dictionary*, 2. Moscow, Russkii iazyk Publ., 1986. Available at: <https://gufo.me/dict/mas>. Accessed April 17, 2025. (In Russ.)

⁵ Яндекс.ру: Портал изображений. Доступно по: <https://yandex.ru/images/search?lr=47&source=serp&stype=image&text=реклама%20медицинских%20товаров%20и%20услуг>. Ссылка активна на 12.04.25. Яндекс.ру: Images Portal. Available in: <https://yandex.ru/images/search?lr=47&source=serp&stype=image&text=реклама%20медицинских%20товаров%20и%20услуг>. Accessed 12.04.25.



Рис. 5. Реклама клиники «DoctorMed» (Хабаровск)
Fig. 5. Advertisement of the Clinic “DoctorMed” (Khabarovsk)⁶

В невербальном компоненте изображена груша, что логически никак не связано с тематической областью лечения сосудистых заболеваний. Однако в изображение груши ассоциативно закладывается сходство с изображением обнаженных ягодич. Рекламные изображения подобного рода, в силу своей публичности, доступности для обозрения неопределенно большим массам людей, представляют интерес для правоприменительной практики в области рекламы, так как могут квалифицироваться в качестве рекламы, нарушающей нормы морали и тем самым противоречащей общественным интересам — см., например [22].

Эксплуатация моделей ценностных сдвигов в погоне за излишней и не всегда уместной лингвокреативностью представлена и в поликодовой рекламе клиники «Современная стоматология» (Чебоксары) (Рис. 6). В слогане актуализовано совмещение понятий, относящихся к принципиально разным, в принципе несовместимым логически областям: «Зачем носить стринги, если у вас кариес»? Вообще не вполне ясно, какая тут имеется связь? В невербальном компоненте видим схематическое изображение женского нижнего белья, что не представляется здесь уместным и оправданным, так как никак не коррелирует с лечением зубов.



Рис. 6. Реклама клиники «Современная стоматология» (Чебоксары)
Fig. 6. Advertisement of the Clinic “Modern Dentistry” (Cheboksary)⁷

И, наконец, к последней разновидности аномалий языковой концептуализации мира мы относим аномалии мотивационно-прагматические: «Это аномалии, возникающие в результате неадекватной

⁶ Там же. Ibid.

⁷ Там же. Ibid.

концептуализации деятельностной (интенциональной, речеповеденческой, коммуникативной) сферы ...» [2: 45]. В числе аномалий этой разновидности отчетливо выделяются так называемые «прагмасемантические аномалии», которые связаны с аномальной актуализацией в дискурсе разного рода скрытых, невербализованных компонентов смысла — пресуппозиций, имплицатур дискурса, инференций и под. В нашем материале интерес представляют случаи аномальной актуализации инференций — новых смыслов, которые не эксплицированы в сообщении, но выводятся из него посредством обращения к знаниям о мире адресата, его внеязыковому опыту или культурной компетенции [23]. В исследованиях по языковому манипулированию подобные прагмалингвистические нарушения именуются как «воздействие с помощью речевых имплицатур» [11], или как «подведение к ложному умозаключению» [5; 12].

В поликодовых рекламных текстах за счет взаимодействия вербального и невербального компонентов часто порождается целый комплекс имплицитных, выводимых смыслов, при этом некоторые из них, в нашей терминологии, могут рассматриваться как «паразитарные» [1; 6], т.е. не закладываемые автором, возникшие помимо его намерения.

Так, в поликодовой рекламе «Клиники Нуриевых» (Казань) представлен слоган: «Хирургия, это не страшно», который в невербальном компоненте сопровождается фотоизображением группы улыбающихся врачей (Рис. 7).

Данный контекст не дает возможности разграничить лексико-грамматический характер употребления слова *хирургия* (абстрактное либо собирательное существительное), а также тип употребления — прямое или переносные, метонимические (хирургия = хирургическое отделение, занятие хирургией, хирургическая операция и под.).

В результате имплицуруется целый ряд не распределенных в контексте смыслов, не все из которых предполагались авторами. Неясно, что же именно НЕ СТРАШНО: не страшно вообще попасть в хирургическое отделение для операции (что очень сомнительно), или не страшно подвергаться хирургическому лечению именно в рекламируемой клинике (что тоже никак не доказано)? А, может быть, не страшно хирургу делать операции? Подобная прагмасемантическая расплывчатость в правоприменительной практике по делам о ненадлежащей рекламе может быть расценена как недостоверная реклама, т.е. реклама, не соответствующая действительности и тем самым вводящая в заблуждение потребителей [22].



Рис. 7. Реклама «Клиники Нуриевых» (Казань)
Fig. 7. Advertisement of the “Nuriyevs’ Clinic” (Kazan)⁸

Другим подвидом мотивационно-прагматических аномалий считаются аномалии коммуникативно-прагматические: «это явления, связанные с нарушениями принципа кооперации, постулатов общения Г.П. Грайса, условий успешности речевого акта Дж. Р. Серля и т.п.» [2: 164], т.е. неадекватная реализация конвенциональной стороны речевого общения. Иногда в поликодовой рекламе могут в режиме «языковой игры» эксплуатироваться модели употребления формул речевого этикета, присущих той или иной референтной группе людей в социуме. Так, в поликодовой рекламе интернет-сети аптек «Аптечество» в слогане обыгрывается воинское приветствие: «Здравия желаю». В невербальном компоненте изображена фигура девушки в медицинском халате, которая отдает честь, прикладывая руку к головному убору (Рис. 8).

⁸ Там же. Ibid.



Рис. 8. Реклама интернет-сети аптек «Аптечество»
Fig. 8. Advertisement of the Online Pharmacy Network “Aptechestvo”⁹

Смыслопорождающий эффект здесь возникает за счет намеренного совмещения в одном контексте двух принципиально противоположных коммуникативных сфер — дискурсивной практики военных, с которыми в обществе соотнесены мужские гендерные стереотипы, и дискурсивной практики медицинских работников (образ медсестры традиционно в общественном сознании связан с эксплуатацией женских гендерных стереотипов). При этом происходит и буквализация нерасчлененной фатической семантики этикетной формулы воинского приветствия, потому что речь идет действительно о здоровье аудитории, к которой обращен рекламный текст ('я вам всем желаю, чтобы вы были здоровы').

Собственно языковые аномалии

Вторая разновидность аномалий, рассматриваемых в рамках нашей теории языковой аномальности, обозначена как аномалии собственно языковые, фактором порождения которых являются нарушения в актуализации разных уровней языковой системы. В данном исследовании мы остановимся на таких видах собственно языковых аномалий, как аномалии лексико-семантические, стилистические и фразеологические.

Модели лексико-семантической аномальности в смыслообразующей функции в поликодовых текстах рекламы могут эксплуатировать явление «буквализации метафоры». Это можно видеть в рекламе Европейского медицинского центра ECSTO — аббревиатура от *European Clinic of Sport Traumatology and Orthopedics* (Москва). Поликодовый текст рекламирует услуги по круглосуточной экстренной травматологии (Рис. 9).



Рис. 9. Реклама Европейского медицинского центра ECSTO (Москва)
Fig. 9. Advertisement of the European Medical Center ECSTO (Moscow)¹⁰

⁹ Там же. Ibid.

¹⁰ Там же. Ibid.

В невербальном компоненте изображен жест привлечения внимания — рука с поднятым вверх указательным пальцем. В слогане: «*Мы возвращаем радость движений*» — обыгрывается расхожая метафора, связанная с представлением об активном образе жизни, удовольствии от занятий физической культурой. «Буквализация» заключается в том, что имеется в виду просто возможность полноценно двигаться после того, как в центре травматологии вылечат поврежденные конечности, без всякой физкультуры.

На эффекте неузального метонимического переосмысления исходной семантики опорного слова как разновидности лексико-семантической аномальности строятся рекламные тексты медицинского центра «Atribeaute Clinique» (Санкт-Петербург) (Рис. 10 и 11).

В слоганах используются образно-метафорические сочетания слов: «*Меняй лицо*» и «*Меняй улыбку*», которые в невербальном компоненте сопровождаются соответствующими смайликами: данная графическая форма изображений, по мнению создателей, видимо, призвана символизировать современность, продвинутость клиники.



Рис. 10. Реклама медицинского центра «Atribeaute Clinique» (Санкт-Петербург)
Fig. 10. Advertisement of the Medical Center “Atribeaute Clinique” (Saint Petersburg)¹¹



Рис. 11. Реклама медицинского центра «Atribeaute Clinique» (Санкт-Петербург)
Fig. 11. Advertisement of the Medical Center “Atribeaute Clinique” (Saint Petersburg)¹²

В данном случае метафора изменения лица и улыбки имплицитно означает смысл, связанный с улучшением внешности в результате обращения к специалистам в области косметических и стоматологических услуг. Воздейственный эффект усиливается посредством использования императивной формы глагола, а «*лицо*» создает впечатление неформальности, интимизации обращения (ко всем вместе, но и к каждому в отдельности).

Модель аномального расширения сочетаемости слова используется в рекламе препарата «Анти-Ангин Формула» (Рис. 12).

¹¹ Там же. Ibid.

¹² Там же. Ibid.



Рис. 12. Реклама препарата «Анти-Ангин Формула»

Fig. 12. Advertisement of the medicinal product “Anti-Angin Formula”¹³

В образно-экспрессивном слогане: «У ангины нет шансов!» — выражение *нет шансов*, которое в норме предсказывается только активно и целесообразно действующему субъекту (агенсу), по концептуально-метафорической модели одушевления приписано номинации с семантикой болезни. В результате ослабленной агентивности актанта *ангина* возникают конкурирующие, нераспределенные смыслы, не все из которых закладывались авторами. Желательная для них интерпретация ‘благодаря рекламируемым таблеткам у ангины нет возможностей **не пройти** (т.е. не стать излеченной)’ — здесь не единственно возможная. Можно ведь понять и в противоположном смысле: ‘у ангины нет шансов (=возможностей) **пройти** (т.е. стать излеченной)’ — или в смысле, который противоречит реальности: ‘у ангины нет шансов поразить горло, т.е. у человека нет никаких возможностей вообще заболеть ангиной’. Расширение сочетаемости вызывает неточную референцированность, которая опять же может привести к проблемам с правоприменителями в плане квалификации данной рекламы как недостоверной, т.е. не соответствующей действительности.

К фразеологическим аномалиям мы относим явления структурных или семантических преобразований устойчивых сочетаний, связанные с неузуальной заменой компонента фразеологизма, пропуском компонента, добавлением лишнего компонента, перестановкой компонентов, а также с контаминацией двух фразеологизмов и дефразеологизацией идиоматического значения [2].

Модели фразеологической аномализации в поликодовых рекламных текстах также имеют значительный смыслообразующий потенциал. Так, аномальное расширение сочетаемости фразеологической единицы имеет место в рекламе лекарственного средства от диареи «Лофлатил», которая содержит слоган: «... и диарею как ветром сдуло!» (Рис. 13).

Фотоколлаж с пускающей мыльные шары девушкой в невербальном компоненте усиливает образно-экспрессивный эффект посредством буквализации переносного значения фразеологизма в изобразительном ряде. В норме образный фразеологизм *как ветром сдуло* в значении ‘Разг. Обычно сов. прош. вр. Быстро, молниеносно, мгновенно исчез (исчезло)’¹⁴ — употребляется по отношению к конкретным, визуально наблюдаемым сущностям, обычно одушевленным. Слово *диарея* как обозначение внутреннего болезненного состояния организма таковых семантических потенций не имеет. Тем самым это понятие попадает в концептуально-метафорическую модель овеществленного представления абстракт-

¹³ Там же. Ibid.¹⁴ Федоров А.И. *Фразеологический словарь русского литературного языка*. М.: АСТ: Астрель, 2008. Доступно по: <https://gufo.me/dict/fedorov>. Ссылка активна на 17.04.2025. Fedorov A.I. *Phraseological Dictionary of the Russian Codified Language*. Moscow, AST Publ., Astrel Publ., 2008. Available at: <https://gufo.me/dict/fedorov>. Accessed 17.04.2025. (In Russ.)

ных понятий, признаков, процессов, состояний [2], что и порождает семантическую емкость и экспрессию этого трансформированного фразеологизма в слогане.



Рис. 13. Реклама препарата «Лофлатил»
Fig. 13. Advertisement of the medicinal product “Loflatil”¹⁵

В нашей концепции фразеологические аномалии трактуются расширительно; в их состав входят случаи неузальной реализации любых прецедентных феноменов как устойчивых и воспроизводимых выражений — «крылатых слов», пословиц и поговорок, цитат и пр. [3]. Так, в социальной рекламе «Горячей линии» Министерства здравоохранения Краснодарского края используется трансформация «крылатого выражения» *Время лечит* посредством вставки компонента НЕ в структуру устойчивого выражения, который меняет его значение на противоположное. Слоган звучит так: «*Время не лечит! Лечат врачи!*». Невербальный компонент дублирует семантики ключевых лексем *время* и *врачи* посредством использования изображения врача, который держит в руке будильник (Рис. 14).



Рис. 14. Социальная реклама «Горячей линии» Министерства здравоохранения Краснодарского края
Fig. 14. Social advertising of the “Hotline” of the Ministry of Health of the Krasnodar Region¹⁶

Помимо структурного и семантического преобразования здесь можно видеть и явление «дефразеологизации» — переосмысления исходного смысла поговорки, которая изначально обозначала только избавление от душевных ран: ‘со временем душевная боль притупляется и проходит’¹⁷; в преобразованном виде представление о лечении возвращает в дальнейшем контексте свое прямое значение как

¹⁵ Там же. Ibid.

¹⁶ Яндекс.ру: Портал изображений. Доступно по: <https://yandex.ru/images/search?lr=47&source=serp&type=image&text=реклама%20медицинских%20товаров%20и%20услуг>. Ссылка активна на 12.04.25. Yandex.ru: Images Portal. Available in: <https://yandex.ru/images/search?lr=47&source=serp&type=image&text=реклама%20медицинских%20товаров%20и%20услуг>. Accessed 12.04.25.

¹⁷ Мокиенко В.М., Никитина Т.Г. *Большой словарь русских поговорок*. М.: Олма мелиа Групп, 2007. Доступно по: <https://rus-proverbs-dict.slovaronline.com>. Ссылка активна на 12.04.25. Mokienko V.M., Nikitina T.G. *Large Dictionary of Russian Proverbs*. Moscow, Olma melia Group, 2007. Available in: <https://rus-proverbs-dict.slovaronline.com>. Accessed 12.04.25.

предикат субъекта *врачи*. Тем самым порождается семантическая глубина и многоплановость трансформированного фразеологизма в слогане.

Значительный смыслообразующий потенциал «дефразеологизации» как буквального переосмысления компонентов фразеологизма эксплуатируется и в поликодовой рекламе медицинской компании «ИНВИТРО» (Новосибирск). Используется слоган: «*Качество у нас в крови*». Невербальный компонент задает фон нужного рекламистам восприятия за счет изображения процесса исследования крови в медицинской лаборатории (Рис. 15).



Рис. 15. Реклама медицинской компании «ИНВИТРО» (Новосибирск)
Fig. 15. Advertising of Medical Company “INVITRO” (Novosibirsk)¹⁸

Обыгрывается совмещение исходного, образно-переносного значения устойчивого выражения *в крови* ‘в характере, от рождения’¹⁹, приписанного субъекту *качество* — и буквального значения, связанного с медицинской процедурой анализа крови. В результате порождается новый смысл: ‘в рекламируемой медицинской компании процедуры анализа крови отличаются высоким уровнем и качеством обслуживания’.

Модели фразеологической аномальности, представленные в анализируемом материале, могут сопровождаться аномалиями стилистическими, которые, в частности, заключаются в прагматически или ситуационно неуместном, неоправданном включении иноstileвых или внелитературных (жаргонных, просторечных) устойчивых выражений в рекламный контент.

Пример этого мы видим в рекламном баннере Международного медицинского центра «ОН Клиник – Нева» (Санкт-Петербург), который посвящен безоперационным методам лечения геморроя (Рис. 16). В слогане обыгрывается устойчивое фразеологизованное выражение *сидеть на п...е ровно*, пришедшее в обыденную разговорную речь из уголовного арг. Оно означает: ‘находиться в бездействии, не проявлять активной реакции на какие-либо явления’²⁰. Нетрудно заметить, что исходный смысл этого выра-

¹⁸ Яндекс.ру: Портал изображений. Доступно по: <https://yandex.ru/images/search?lr=47&source=serp&stype=image&text=реклама%20медицинских%20товаров%20и%20услуг>. Ссылка активна на 12.04.25. Yandex.ru: Images Portal. Available in: <https://yandex.ru/images/search?lr=47&source=serp&stype=image&text=реклама%20медицинских%20товаров%20и%20услуг>. Accessed 12.04.25.

¹⁹ *Словарь русского языка*: в 4-х т. (МАС) / Академия наук СССР, Институт русского языка им. В.В. Виноградова; под ред. А.П. Евгеньевой. М.: Русский язык, 1985–1988. Т. II : К–О. 1986. 736 с. Доступно по: <https://gufo.me/dict/mas>. Ссылка активна на 17.04.2025. *The Codified Russian Dictionary*, 2. Moscow, Russkii iazyk Publ., 1986. Available at: <https://gufo.me/dict/mas>. Accessed 17.04.2025. (In Russ.)

²⁰ Мельник Я. *Словарь криминального и полукриминального мира: мат, сленг, жаргон* [Электронный ресурс]. 2004. Доступно по: <http://law.niv.ru/doc/dictionary/criminal-slang/slovar-209.htm#zag-6683>. Ссылка активна на 12.04.25. Melnik Ya. *Dictionary of the Criminal and Semi-Criminal World: Obscenities, Slang, Jargon*. 2004. Available in: <http://law.niv.ru/doc/dictionary/criminal-slang/slovar-209.htm#zag-6683>. Accessed 12.04.25.

жения — образно-переносный, посвященный описанию определенного внутреннего состояния лица — бездействия: этот смысл подвергается буквальному переосмыслению в контексте лечения геморроя, в результате которого предполагается, что пациент не будет испытывать боли при сидении.



Рис. 16. Реклама Международного медицинского центра «ОН Клиник – Нева» (Санкт-Петербург)
Fig. 16. Advertising of the International Medical Center “ON Clinic – Neva” (St. Petersburg)²¹

Укажем на очевидную прагматическую неоправданность и стилистическую неуместность использования сниженной образности из арсенала «ниже пояса», при которой исходное значение фразеологизма никак не связано с закладываемым в него новым смыслом — безоперационное лечение геморроя. Также этически сомнительным выглядит источник происхождения используемого устойчивого выражения — арго уголовников. Кроме того, излишним представляется и легковесный игривый тон, избранный для привлечения внимания аудитории к достаточно серьезной медицинской проблеме. Видимо, в данной ситуации в погоне за лингвокреативностью авторам данного рекламного текста опять изменил вкус и чувство меры. Реклама подобного рода также вполне подпадает под область правоприменения законодательства о ненадлежащей рекламе, которая нарушает нормы нравственности и противоречит общественным интересам [22].

Заключение

В целом результаты анализа свидетельствуют о значительной смыслообразующей роли моделей языковой аномальности в поликодовых текстах рекламы медицинских товаров и услуг как воплощении их лингвокреативного потенциала. Семантическая емкость и экспрессивная нагруженность рекламы, созданной на основе разнообразных лингвосемиотических, прагмалингвистических и языковых преобразований в рамках взаимодействия вербального и невербального компонентов поликодового контента, обнаруживают существенный воздейственный эффект. Однако при этом указанные возможности моделей языковой аномальности используются создателями рекламных текстов не всегда корректно. В погоне за излишней лингвокреативностью рекламисты нередко грешат неоправданностью и неуместностью предлагаемых «языковых изысков», этическими нарушениями, в недопустимо игривом и легковесном тоне рассуждают о достаточно серьезных вещах, связанных со здоровьем нации. Рекламе в области здравоохранения необходимо найти баланс между естественной потребностью к самовыражению авторов, их стремлению к небанальной и нетривиальной подаче информации, с одной стороны, — и соблюдением норм и принципов оптимального и корректного речевого взаимодействия с аудиторией, не противоречащих общественным интересам, — с другой.

²¹ Яндекс.ру: Портал изображений. Доступно по: <https://yandex.ru/images/search?lr=47&source=serp&type=image&text=реклама%20медицинских%20товаров%20и%20услуг>. Ссылка активна на 12.04.25. Яндекс.ру: Images Portal. Available in: <https://yandex.ru/images/search?lr=47&source=serp&type=image&text=реклама%20медицинских%20товаров%20и%20услуг>. Accessed 12.04.25.

Список литературы

1. *Новые тенденции в русском языке начала XXI века*: коллективная монография / под ред. Л.В. Рацибурской. М.: Флинта; Наука, 2016. Доступно по: <https://e.lanbook.com/book/232472>. Ссылка активна на 17.04.2025.
2. Радбиль Т.Б. *Языковые аномалии в художественном тексте: Андрей Платонов и другие*. М.: МПГУ, 2006. Доступно по: https://thelibrary.ru/books/t_b_radbil/yazykovye_anomalii_v_hudozhestvennom_tekste_andrey_platonov_i_drukie-read.html. Ссылка активна на 17.04.2025.
3. Радбиль Т.Б. Языковая аномальность в русской речи: к проблеме типологии. *Русский язык в научном освещении*. 2006; 1 (11): 77–100. Доступно по: <https://rjano.ruslang.ru/ru/archive/2006-1/77-100>. Ссылка активна на 17.04.2025.
4. Ежова Е.Н. *Лингвистика рекламного текста*: монография. Ставрополь: Изд-во СКФУ, 2018. Доступно по: <https://ru.z-library.sk/book/5347232/4a9986/Лингвистика-рекламного-текста.html?dsources=recommend>. Ссылка активна на 17.04.2025.
5. Медведева Е.В. *Рекламная коммуникация*. М.: Едитория, 2003. Доступно по: <https://knizhka.top/reklama/reklamnaya-kommunikatsiya/>. Ссылка активна на 17.04.2025.
6. *Русский язык в интернет-коммуникации: лингвокогнитивный и прагматический аспекты*: коллективная монография / под ред. Л.В. Рацибурской. М.: Флинта, 2021. Доступно по: <https://e.lanbook.com/book/182052>. Ссылка активна на 17.04.2025.
7. Ворошилова М.Б. Креолизованный текст: аспекты изучения. *Политическая лингвистика*. 2007; 1 (21): 75–80. Доступно по: <https://politlingvistika.ru/images/1-2006/14.pdf>. Ссылка активна на 17.04.2025.
8. Радбиль Т.Б., Помазов А.И. Прецедентные феномены как средство создания аттрактивности в поликодовом тексте Интернета. *Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2, Языкознание*. 2020; 19, 1: 140–153. <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2020.1.12>.
9. Арутюнова Н.Д. Аномалии и язык (к проблеме языковой «картины мира»). *Вопросы языкознания*. 1987; 3: 3–19. Доступно по: <https://vorjaz.jes.su/s0373-658x0000619-3-1-ru-252/>. Ссылка активна на 17.04.2025.
10. Апресян Ю.Д. *Интегральное описание языка и системная лексикография*. М.: Языки русской культуры, 1995. Доступно по: <https://klex.ru/tm4>. Ссылка активна на 17.04.2025.
11. Булыгина Т.В., Шмелев А.Д. *Языковая концептуализация мира (на материале русской грамматики)*. М.: Языки русской культуры, 1997. Доступно по: <https://klex.ru/jtq>. Ссылка активна на 17.04.2025.
12. Пирогова Ю.К., Баранов А.Н., Паршин П.Б. *Рекламный текст: семиотика и лингвистика*. М.: Международный институт рекламы, Издательский дом Гребенникова, 2000. Доступно по: https://linguistics-online.narod.ru/reklamnyj_tekst_semiotika_i_lingvistika.pdf. Ссылка активна на 17.04.2025.
13. Воронцова Ю.А. Лексическая составляющая рекламных текстов в английском и русском языках. *Ученые записки Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского. Филологические науки. Научный журнал*. 2023; 9 (75), 4: 124–133. Доступно по: <https://cyberleninka.ru/article/n/leksicheskaya-sostavlyayushchaya-reklamnyh-tekstov-v-angliyskom-i-russkom-yazykah>. Ссылка активна на 17.04.2025.
14. Карчава О.В., Ефимова А.Н. Специфика и функции языка рекламы. *Тенденции развития науки и образования*. 2023; 94–3: 37–40. <https://doi.org/10.18411/trnio-02-2023-126>.
15. Иссерс О.С. Конфликтотенные факторы общения врача с пациентом в русскоязычных дискурсивных практиках. *Journal of Siberian Federal University. Humanities and Social Sciences*. 2021; 14, 10: 1567–1580. <https://doi.org/10.17516/1997-1370-0840>.
16. Jones L., Watson B. Developments in health communication in the 21st century. *Journal of Language and Social Psychology*. 2012; 31(4): 415–436. <https://doi.org/10.1177/0261927X12446612>.
17. Rong Ma. A multimodal discourse analysis of the construction of brand image in luxury menswear advertising: a case study of advertisements of Zegna. *Open Journal of Social Sciences*. 2024; 12: 413–421. <https://doi.org/10.4236/jss.2024.127030>.
18. Shin Jiwoong, Yu Jungju. Targeted advertising and consumer inference. *Marketing Science*. 2021; 40, 5: 900–922. <https://doi.org/10.1287/mksc.2021.1284>.
19. Orr Sh., Ariel M. Predicating Truth: An empirically based analysis. *Journal of Pragmatics*. 2021; 185: 131–145. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2021.09.005>.
20. Noveck I. *Experimental Pragmatics: The Making of a Cognitive Science*. Cambridge UK, Cambridge University Press, 2013. <https://doi.org/10.1017/9781316027073>.

21. Scarantino A. How to Do Things with Emotional Expressions: The Theory of Affective Pragmatics. *Psychological Inquiry*. 2017; 28 (2-3): 65-185. <https://doi.org/10.1080/1047840X.2017.1328951>.
22. Чубина Е.А. Судебная лингвистическая экспертиза рекламы: дискуссионные вопросы. *Acta Linguistica Petropolitana. Труды института лингвистических исследований*. 2019; 15, 1: 239–257. <https://doi.org/10.30842/alp2306573715112>.
23. Падучева Е.В. Прагматические аспекты связности диалога. *Известия АН СССР. Серия литературы и языка*. 1982; 41, 4: 305–313. Доступно по: <https://lexicograph.ruslang.ru/TextPdf2/OL%27A82-4.pdf>. Ссылка активна на 17.04.2025.

References

1. Ratsiburskaya LV (ed.). *New Trends in the Russian Language at the Beginning of the 21st Century*, Collective Monograph. Moscow, Flinta, Nauka Publ., 2016. Available at: <https://e.lanbook.com/book/232472>. Accessed April 17, 2025. (In Russ.).
2. Radbil TB. *Language Anomalies in Literary Texts: Andrey Platonov and others*. Moscow, Moscow State Pedagogical University Publ., 2006. Available at: https://thelibrary.ru/books/t_b_radbil/yazykovye_anomalii_v_hudozhestvennom_tekste_andrey_platonov_i_drugie-read.html. Accessed April 17, 2025. (In Russ.).
3. Radbil TB. Language anomaly in Russian speech: on the problem of typology. *Russian Language and Linguistic Theory*. 2006; 1 (11): 77-100. Available at: <https://rjano.ruslang.ru/ru/archive/2006-1/77-100>. Accessed April 17, 2025. (in Russ.).
4. Ezhova EN. *Linguistics of Advertising Text*. Stavropol, Publishing house of North-Caucasian Federal University, 2018. Available at: <https://ru.z-library.sk/book/5347232/4a9986/Лингвистика-рекламного-текста.html?dsources=recommend>. Accessed April 17, 2025. (in Russ.).
5. Medvedeva EV. *Advertising Communication*. Moscow, Editoriya Publ., 2003. Available at: <https://knizhka.top/reklama/reklamnaya-kommunikatsiya/>. Link active as of 17.04.2025. Accessed April 17, 2025. (in Russ.).
6. Ratsiburskaya LV (ed.). *Russian Language in Internet Communication: Lingvo-cognitive and Pragmatic Aspects*, Collective Monograph. Moscow, Flinta Publ., 2021. Available at: <https://e.lanbook.com/book/182052>. Accessed April 17, 2025. (In Russ.).
7. Voroshilova MB. Creolized text: aspects of study. *Political Linguistics*. 2007; 1 (21): 75–80. Available from: <https://politlingvistika.ru/images/1-2006/14.pdf>. Accessed April 17, 2025. (In Russ.).
8. Radbil TB, Pomazov AI. Precedent Phenomena as a Means of Creating Attractiveness in the Polycode Text of the Internet. *Bulletin of Volgograd State University. Series 2, Linguistics*. 2020; 19, 1: 140–153. <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2020.1.12>. (In Russ.).
9. Arutyunova ND. Anomalies and language (on the problem of the language “picture of the world”). *Topics in the Study of Languages*. 1987; 3: 3–19. Available at: <https://vopjaz.jes.su/s0373-658x0000619-3-1-ru-252/>. Accessed April 17, 2025. (In Russ.).
10. Apresyan YD. *Integral Description of Language and Systemic Lexicography*. Moscow, Languages of Russian Culture, 1995. Available at: <https://klex.ru/tm4>. Accessed April 17, 2025. (In Russ.).
11. Bulygina TV, Shmelev AD. *Language Conceptualization of the World (Based on Russian Grammar)*. Moscow, Languages of Russian Culture, 1997. Available at: <https://klex.ru/jtq>. Accessed April 17, 2025. (In Russ.).
12. Pirogova YK, Baranov AN, Parshin PB. *Advertising Text: Semiotics and Linguistics*. Moscow, International Institute of Advertising, Grebennikov Publ., 2000. Available at: https://linguistics-online.narod.ru/reklamnyj_tekst_semiotika_i_lingvistika.pdf. The link is active on 17.04.2025. Accessed April 17, 2025. (In Russ.).
13. Vorontsova YA. Lexical component of advertising texts in English and Russian. *Scientific Notes of the V.I. Vernadsky Crimean Federal University. Philological sciences. Scientific journal*. 2023; 9 (75), 4: 124–133. Available from: <https://cyberleninka.ru/article/n/leksicheskaya-sostavlyayuschaya-reklamnyh-tekstov-v-angliyskom-i-russkom-yazykah>. Accessed April 17, 2025. (In Russ.).
14. Karchava OV, Efimova AN. Specificity and functions of the advertising language. *Trends in the Development of Science and Education*. 2023; 94–3: 37–40. <https://doi.org/10.18411/trnio-02-2023-126>.
15. Issers OS. Conflictogenic factors of doctor-patient communication in Russian-language discursive practices. *Journal of Siberian Federal University. Humanities and Social Sciences*. 2021; 14, 10: 1567-1580. <https://doi.org/10.17516/1997-1370-0840>.

16. Jones L, Watson B. Developments in health communication in the 21st century. *Journal of Language and Social Psychology*. 2012; 31(4): 415–436. <https://doi.org/10.1177/0261927X12446612>.
17. Rong Ma. A multimodal discourse analysis of the construction of brand image in luxury menswear advertising: a case study of advertisements of Zegna. *Open Journal of Social Sciences*. 2024; 12: 413–421. <https://doi.org/10.4236/jss.2024.127030>.
18. Shin Jiwoong, Yu Jungju. Targeted advertising and consumer inference. *Marketing Science*. 2021; 40, 5: 900–922. <https://doi.org/10.1287/mksc.2021.1284>.
19. Orr Sh, Ariel M. Predicating truth: An empirically based analysis. *Journal of Pragmatics*. 2021; 185: 131–145. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2021.09.005>.
20. Noveck I. *Experimental Pragmatics: The Making of a Cognitive Science*. Cambridge UK, Cambridge University Press, 2013. <https://doi.org/10.1017/9781316027073>.
21. Scarantino A. How to do things with emotional expressions: The theory of affective pragmatics. *Psychological Inquiry*. 2017; 28 (2-3): 65–185. <https://doi.org/10.1080/1047840X.2017.1328951>.
22. Chubina EA. Forensic Linguistic Expertise of Advertising: Controversial Issues. *Acta Linguistica Petropolitana. Proceedings of the Institute of Linguistic Research*. 2019; 15, 1: 239–257. <https://doi.org/10.30842/alp2306573715112>. (In Russ.).
23. Paducheva EV. Pragmatic aspects of dialogue coherence. *Bulletin of the USSR Academy of Sciences. Series of Literature and Language*. 1982; 41, 4: 305–313. Available at: <https://lexicograph.ruslang.ru/TextPdf2/OL%27A82-4.pdf>. Accessed 04.17.2025. (In Russ.).

История статьи:

Получена: 14.04.2025

Принята: 30.04.2025

Опубликована онлайн: 25.06.2025

Article history:

Received: 14.04.2025

Accepted: 30.04.2025

Published online: 25.06.2025

Сведения об авторе:

Радбиль Тимур Беньюминович, доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой теоретической и прикладной лингвистики, Институт филологии и журналистики, Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н. И. Лобачевского; Нижний Новгород, Российская Федерация; e-mail: timur@radbil.ru.

Bionotes:

Timur B. Radbil, Prof. Dr. habil., Head of the Department of Theoretical and Applied Linguistics, Institute of Philology and Journalism, National Research Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod; Nizhny Novgorod, Russian Federation; e-mail: timur@radbil.ru.



Статья опубликована на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0 International (CC-BY 4.0).

This is an open access article distributed under the terms of Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC-BY 4.0)

Оригинальная статья

УДК 81'42+ 811.161.1

<https://doi.org/10.29025/2079-6021-2025-2-117-126>

Персонажный ряд «Воланд и его свита»
как источник прецедентности в современных российских медиатекстах

*Сегал Н.А.¹, Нахимова Е.А.²¹Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского;
295007, Российская Федерация, Симферополь, пр-т Академика Вернадского, 4;²Уральский государственный педагогический университет;
620017, Российская Федерация, Екатеринбург, пр-т Космонавтов, 26;¹ORCID ID: 0000-0002-8213-5050; ²ORCID ID: 0000-0003-4908-632;¹Web of Science Researcher ID: AET-1766-2022;²Web of Science Researcher ID: AAL-1061-2021;¹Scopus Author ID: 57210789451; ²Scopus Author ID: 57189621993;¹SPIN-код: 1068-7693; ²SPIN-код: 2983-5495*e-mail: Natasha-segal@mail.ru

Аннотация: Исследование посвящено комплексному анализу прецедентных единиц, апеллирующих к роману М. А. Булгакова «Мастер и Маргарита». Актуальность статьи определяется значимостью изучения художественной литературы как ключевого источника прецедентности в современном медиапространстве. Установлено, что в основе формирования актуального медиапространства лежит широкий набор коннотативно маркированных языковых средств, используемых в качестве инструмента влияния на потенциального массового адресата. Доказано, что манипулятивный характер современных СМИ предполагает расширение сфер-источников прецедентности, апеллирующих к культурному фону носителей русской лингвокультуры. Выявлено, что художественная литература как источник прецедентности представляет собой широкий корпус языковых фактов, включающих единицы образной системы и, в частности, прецедентные единицы. Реализуясь в медиатекстах, прецедентные единицы, апеллирующие к художественной литературе, приобретают яркую образность и широкий ассоциативный фон, становясь инструментом языкового манипулирования. На примере прецедентных единиц, апеллирующих к роману М. А. Булгакова «Мастер и Маргарита», доказано, что центральное место в рассмотренных контекстах занимают прецедентные имена, прецедентные конструкции и прецедентные ситуации. Определено, что семантико-прагматические и трансформационные особенности прецедентных единиц делают их зеркалом современных социополитических реалий и позволяют не только привлечь внимание массового читателя к описываемому событию или факту, но и транслировать ему определенную оценку происходящих явлений. Выявлено, что новые смыслы, фиксируемые в медийных текстах, не исчерпываются переносом базовых знаний о персонажах «Мастера и Маргариты» в медийную сферу, а представляют собой результат сложного взаимодействия когнитивно-дискурсивных факторов, отражающих современные реалии. Социополитические мотивы и ассоциации, позволяющие сопоставить Воланда и его свиту с отдельными современными представителями сфер политики, культуры, спорта, определяют актуальность данных образов и их значимое место при отражении современных социополитических реалий.

Ключевые слова: медиатекст; прецедентная единица; прецедентная конструкция; роман «Мастер и Маргарита».

Для цитирования: Сегал Н.А., Нахимова Е.А. Персонажный ряд «Воланд и его свита» как источник прецедентности в современных российских медиатекстах. *Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики*. 2025. № 2. С. 117–126. <https://doi.org/10.29025/2079-6021-2025-2-117-126>.

Original Paper

<https://doi.org/10.29025/2079-6021-2025-2-117-126>

**The Character Series “Woland and his Retinue”
as a Source of Precedence in Modern Russian Media Texts**

Natalya A. Segal¹, Elena A. Nakhimova²

¹V.I. Vernadsky Crimean Federal University;

⁴Academician Vernadsky Ave., Simferopol, Russian Federation, 295007;

²Ural State Pedagogical University;

26 Cosmonauts Ave., Ekaterinburg, Russian Federation, 620017;

¹ORCID ID: 0000-0002-8213-5050; ²ORCID ID: 0000-0003-4908-632;

¹Web of Science Researcher ID: AET-1766-2022;

²Web of Science Researcher ID: AAL-1061-2021;

¹Scopus Author ID: 57210789451; ²Scopus Author ID: 57189621993;

¹SPIN-code: 1068-7693; ²SPIN-code: 2983-5495

*e-mail: Natasha-segal@mail.ru

Resume: The study is devoted to a comprehensive analysis of precedent units referring to the novel “The Master and Margarita” by M. A. Bulgakov. The relevance of the article is due to the importance of studying fiction as a key source of precedence in the modern media space. It has been established that the formation of the current media space is based on a wide range of connotatively marked linguistic means used as a tool to influence a potential mass addressee. It has been proven that the manipulative nature of modern media involves the expansion of the source spheres of precedence, appealing to the cultural background of the bearers of Russian linguaculture. It has been revealed that fiction as a source of precedence represents a wide corpus of linguistic facts, including units of the figurative system and, in particular, precedent units. When implemented in media texts, precedent units appealing to fiction acquire vivid imagery and a wide associative background, becoming a tool of linguistic manipulation. Using the example of precedent units referring to M. A. Bulgakov’s novel “The Master and Margarita”, it is proven that precedent names, precedent constructions and precedent situations occupy a central place in the considered contexts. It is determined that the semantic, pragmatic and transformational features of precedent units make them a mirror of modern socio-political realities and allow not only to attract the attention of the mass reader to the described event or fact, but also to convey to him a certain assessment of the current phenomena. It is revealed that new meanings recorded in media texts are not limited to the transfer of basic knowledge about the characters of “The Master and Margarita” to the media sphere, but are the result of a complex interaction of cognitive and discursive factors reflecting modern realities. Sociopolitical motives and associations that allow us to compare Woland and his retinue with individual modern representatives of the spheres of politics, culture, and sports determine the relevance of these images and their significant place in reflecting modern sociopolitical realities.

Keywords: media text, precedent unit, precedent construction, the novel “The Master and Margarita”.

For citation: Segal N.A., Nakhimova E.A. The character series “Woland and his retinue” as a source of precedence in modern Russian media texts. *Current Issues in Philology and Pedagogical Linguistics*. 2025, no 2, pp. 117–126. <https://doi.org/10.29025/2079-6021-2025-2-117-126>(In Russ.).

Введение

Полифония современных медийных текстов, направленных на моделирование системы ценностей и приоритетов массового читателя, определяет тот факт, что автор той или иной публикации апеллирует к языковым образам, актуальным и значимым в соответствующей лингвокультуре, лежащим в основе мировоззрения носителя языкового сознания. Особенно важными при этом становятся прецедентные единицы, источником которых является художественная литература. Такие литературные аллюзии не только представляются знакомыми и легко узнаваемыми, но и отражают национально-культурные особенности адресата, его культурный фон и исторический опыт.

Несмотря на широкий спектр научных исследований, посвященных установлению семантико-прагматических особенностей прецедентных единиц в медийных текстах [1; 2; 3; 4; 5; 6; 7 и др.], данный вопрос требует своего дальнейшего изучения, что связано с разветвленным спектром ассоциативных признаков, появляющихся в актуальном медиаполе при реализации прецедентных единиц. Разнообразие сфер-источников, к которым апеллируют прецедентные единицы, неоднородность отражаемых ими событий приводит к необходимости изучения прецедентных единиц как элементов медийного текста, обладающих динамичной структурой и значительным манипулятивным потенциалом.

Целью предлагаемой статьи является установление семантико-прагматического потенциала прецедентных единиц, апеллирующих к роману М. А. Булгакова «Мастер и Маргарита», в текстах русскоязычных СМИ.

Обзор литературы

Понимание особенностей современных медиатекстов, ставших сегодня ключевым источником языкового манипулирования, базируется на идее об антропоцентрическом характере массовых текстов, их диалогичности и полифункциональности, широком ассоциативном потенциале и облигаторной национально-культурной специфике. Художественная литература как ценный источник ассоциаций все виртуознее вплетается в канву медийного сообщения и формирует в сознании массового читателя основу для понимания отраженных в медиатекстах событий, специфический интеллектуально-культурный фон. Именно художественный текст как основа культурного кода, по убеждению ученых, имеет мощный манипулятивный потенциал и решает ряд прагматических задач, поставленных автором медийного сообщения.

Материалом статьи являются русскоязычные медиатексты, представленные в современном Интернет-пространстве. В объем исследовательского материала вошли как электронные версии газет и журналов, так и языковые факты, размещенные на телеграм-каналах и в социальных сетях. Именно комплексное исследование медиатекстов во всем их многообразии позволяет говорить о широком представлении текстового материала, разнообразии целевой аудитории и прагматических установок автора медиапродукта. Отбор эмпирического материала был осуществлен методом сплошной выборки; поиск и анализ языковых фактов предполагал использование метода моделирования, описательного и интерпретационного методов, элементов количественного анализа.

Результаты и дискуссия

Семантические и прагматические особенности медиатекстов, их динамичный характер и прямая зависимость от процессов глобализации и технологизации определяют тот факт, что понимание медиатекста как новостного сообщения, имеющего объективный характер, становится не в полной мере корректным и предполагает весьма существенные дополнения. Как справедливо подчеркивает Г. Я. Солганик, современный медиатекст имеет специфическую текстовую модальность, рассчитанную на массовую аудиторию, а транслируемые события и факты «развиваются не только в физическом, но и прежде всего в духовном пространстве, т.е. публицистическом» [8: 8]. Развивая данную идею, С. И. Сметанина определяет необходимость использования медиатекста «в качестве источника получения информации о духовных импульсах и материальной сфере человеческой деятельности, о принципах развития общества» [9: 83]. При этом авторы, «переключая внимание свое и читателя с события на код (язык) и его возможности, сообщают медиатексту эстетическую функцию» [10: 56]. Как нам кажется, эстетическая функция, реализованная в медиатексте, значительно отличается от эстетической функции, реализованной в художественной литературе, что непосредственно связано с различием в прагматических установках автора, жанровым своеобразием текстов, спецификой целевой аудитории и «долговечностью» представляемой информации (если медийный текст реализует свои задачи одномоментно, непосредственно, то миссия художественного текста – стать элементом коллективного сознания, быть узнаваемым через значительный временной промежуток).

Анализ научных исследований, описывающих особенности и задачи СМИ в доцифровую эпоху, обращает внимание на первичный характер информационной функции и вторичности функции воздействия. В современных исследованиях подчеркивается ключевой характер «позиционирующей» функции, которая определяется необходимостью «формирования позиции массовой аудитории по отношению к определенным объектам действительности, формирования представления об этих объектах» [11].

Таким образом, в полной мере можно согласиться с утверждением А. А. Колосовой и Н. В. Поплавской, которые утверждают, что «медиатексты позволяют конструировать социальную реальность,

предлагая аудитории определенный набор сюжетов и создавая дополнительные смыслы и содержание» [12]. Данные коннотации в медиатекстах могут приобретать социальный контекст при описании коммуникативного взаимодействия носителей языка, предполагающий учет статусных характеристик носителей языка и характер общения [13: 26]. Среди набора используемых в актуальном медиапространстве сюжетов одну из ключевых ролей играет художественная литература, формирующая знания и представления потенциальной целевой аудитории. Рассматривая особенности прецедентных единиц через призму лингвокультурологического подхода, Ю. Н. Караулов подчеркивает, что «хрестоматийность и общеизвестность прецедентных текстов обуславливает реинтерпретируемость: как правило, они перешагивают рамки словесного искусства, где исконно возникли, воплощаются в других видах искусств (драматическом спектакле, поэзии, опере, балете, живописи, скульптуре), становясь тем самым фактом культуры в широком смысле слова и получая интерпретацию у новых и новых поколений» [14: 37]. Именно художественная литература, как подчеркивают исследователи, является сегодня ключевым источником метафорического моделирования в актуальном медиапространстве [15]. Данный тезис в полной мере объясняет причину широкого использования прецедентных единиц в актуальном медийном пространстве не как элементов «эстетики», а как определенного пароля, кодирующего и декодирующего представленную в тексте информацию. При всем разнообразии работ и подходов в предлагаемой статье вслед за учеными мы выделяем следующую классификацию прецедентных единиц: прецедентные имена, прецедентная конструкция, прецедентная ситуация, прецедентный текст.

Несмотря на весьма широкое разнообразие текстов художественной литературы, читательский интерес, проявляемый к широкому спектру классических произведений, далеко не все они становятся источником прецедентности, что обусловлено рядом экстралингвистических факторов, включающих наряду со спецификой языка и транслируемого сюжета целый ряд иных объективных причин. Анализ современных медиатекстов позволяет сделать вывод о том, что центральное место среди источников прецедентности занимает роман М. А. Булгакова «Мастер и Маргарита», разошедшийся на цитаты, узнаваемые подавляющим большинством носителей русской лингвокультуры. Именно этот факт определил интерес к выявлению семантико-прагматических особенностей восходящих к этому роману прецедентных единиц, реализованных в современном медиапространстве.

Анализ актуального медиатекста позволяет заключить, что в нем реализуются три типа прецедентных единиц: *прецедентные имена*, *прецедентные конструкции* и *прецедентные ситуации*. При этом бесспорным представляется тот факт, что каждый тип прецедентных единиц обладает высокой степенью узнаваемости и широким коннотативным фоном, что позволяет моделировать на их основе новые метафорические образы. Обратимся к каждому из указанных типов.

Прецедентные имена

Наиболее частотными прецедентными именами, апеллирующими к роману «Мастер и Маргарита», являются *Воланд*, *Берлиоз*, *Бегемот*, *Гелла*, *Понтий Пилат*, *Иешуа*, *Мастер* и *Маргарита*.

Прецедентное имя *Воланд* лежит в основе создания разнотипных образов. Интегральным компонентом всех исследованных образов является компонент 'наделенность властью'. Однако обращает на себя внимание тот факт, что, с одной стороны, личности, ассоциирующиеся с Воландом, характеризуются безнравственностью и цинизмом, с другой – блестящими управленческими качествами и умением держать все под контролем. Так, описывая приезд Байдена в Киев, автор медиатекста обращает внимание на экскурсию Байдена и Зеленского в Софийский собор, долгое время считавшийся сердцем православной Руси: «И обратите внимание, на каком фоне идут Байден и Зеленский. Очень символично: это Крещение Руси и изображения всех русских святых. Наши святые митрополиты, небесное войско Ангелов и Архангелов смотрят на них, как на павших. По Киеву шествует *Воланд* – глава всех содомитов и трансгендеров. Шествует недалеко от Михайловского монастыря, где засели раскольники. Зеленский элементарно не может понять, какая мистика творится вокруг»¹. Через то же самое прецедентное имя характеризуется и президент Белоруссии А. Лукашенко. В контексте подчеркивается, что его мудрость, мужество и умение руководить людьми с совершенно разными характерами: «А. Лукашенко – *Воланд XXI века*, шествующий по Минску в окружении собранной им свиты. Это не

¹ Голованов. Доступно по: <https://t.me/romagolovanov/10453>. Ссылка активна на 20.02.2023. GOLOVANOV. Available at: <https://t.me/romagolovanov>. Accessed February 20, 2023. (In Russ).

бал провести! Это больше тридцати лет стоять у руля государства! Именно он не дал Белоруссии повторить кровавую судьбу Украины»².

Прецедентные имена, апеллирующие к образам кота Бегемота, Геллы, Коровьева и иных представителей свиты Воланда, наделяются качествами, имплицитно или эксплицитно характеризующими определенных публичных личностей. В приведенном ниже контексте автор скрупулезно выбирает политические фигуры, соответствующие характеристикам и миссии булгаковских героев, при этом не раскрывая читателю эти характеристики: «Дмитрий Медведев – это **кот Бегемот**, а Гелла – это Мария Захарова. Коровьев-Фагот – Дмитрий Песков? Подходит. **Азazelло** кто? Патрушев? Бортников? Шойгу? По идее это должен быть кто-то из силовиков, но кто? Из названных по-настоящему никто не подходит»³. Свадьба Ксении Собчак и Константина Богомолова, приехавших сначала в Грибоедовский ЗАГС на катафалке с надписью: «Пока смерть не разлучит нас», а позже отправившихся на венчание в храм «Большое Вознесение», стала источником большого количества ассоциаций. Более поздние неоднозначные реплики и действия, оскорбляющие, по мнению многих, чувства верующих, получили резко негативную оценку: «Для вас, Ксения Анатольевна, не странно летать на катафалке по Москве? Не странно наряжаться в священника? Не странно танцевать ночью с пьяными друзьями у ворот храма? А перед этим нырять в купель на Крещение Господне. Не странно оскорблять православие? **Вы – свита Воланда.** Гелла или Маргарита. Выбирайте сами»⁴.

Интересным представляется тот факт, что имена **Мастер** и **Маргарита**, **Понтий Пилат** и **Иешуа Га-Ноцри**, становясь прецедентными, зачастую реализуются в паре, представляя собой цельный образ, полнота которого предполагает наличие двух составляющих: «Человеческая история полна парных символов. Помните, у Булгакова Иешуа Га-Ноцри говорит Понтию Пилату: «Мы теперь будем всегда вместе... Помянут меня – сейчас же помянут и тебя!». В современной политике очень часто можно встретить подобные пары»⁵.

Прецедентные конструкции

Конструкции, апеллирующие к рассматриваемой сфере-источнику, фиксируются в своем исходном и трансформированном виде. В медиатекстах на уровне вторичной номинации были выявлены двадцать две конструкции, из которых наиболее частотными являются следующие: **Аннушка** уже купила подсолнечное масло, и не только купила, но даже разлила; **Факт** – самая упрямая в мире вещь; Да, человек смертен, но это было бы еще полбеды. Плохо то, что он иногда внезапно смертен, вот в чем фокус!; ...Обыкновенные люди... в общем, напоминают прежних... **Квартирный вопрос** только испортил их...; **Никогда** и **ничего** не просите! **Никогда** и **ничего**, и в особенности у тех, кто сильнее вас. Сами предложат и сами все дадут!; **Вторая свежесть** – вот что вздор! **Свежесть** бывает только одна – первая, она же и последняя; Нет документа, нет и человека; **Злых людей** нет на свете, есть только люди несчастливые; **Правду** говорить легко и приятно; **Рукописи** не горят; **Бойтесь** своих желаний – они имеют свойство сбываться.

В приведенном перечне конструкции были зафиксированы в своем исходном варианте, однако, как показал анализ, становясь прецедентными, они зачастую претерпевают трансформацию, предполагающую усечение одного или нескольких компонентов (реже – замещение компонента или компонентов конструкции, или расширение конструкции). Обратимся к отдельным языковым фактам.

Так, например, «**квартирный вопрос**», непосредственно связанный с желанием расширить жилплощадь, в современном медиaprостранстве представляется весьма актуальным, что подчеркивает значимую роль материальной составляющей, формирующей преимущественно не высоко духовное общество, а общество потребления. Сам М. А. Булгаков, страдая от отсутствия нормального жилья, в своем

² ТАСС. Доступно по: <https://tass.ru>. Ссылка активна на: 16.08.2022. TASS. Available at: <https://tass.ru>. Accessed August 16, 2020. (In Russ).

³ ВКонтакте. Доступно по: https://vk.com/wall94049048_53109. Ссылка активна на 27.03.2024. VKontakte. Available at: https://vk.com/wall94049048_53109. Accessed March 27, 2024. (In Russ).

⁴ Голованов. Доступно по: <https://t.me/romagolovanov/2474>. Ссылка активна на 03.01.2021. Golovanov. Available at: <https://t.me/romagolovanov/2474>. Accessed January 03, 2021. (In Russ).

⁵ RG.RU. Доступно по: <https://www.rg-rb>. Ссылка активна на 19.02.2024. RG.RU. Available at: <https://www.rg-rb>. Accessed February 19, 2024. (In Russ).

дневнике писал так: «Ничему на свете не завидую – только хорошей квартире»⁶. Важно подчеркнуть, что сегодня, говоря о «квартирном вопросе», авторы медиастатей зачастую имеют в виду не переезд из одной коммунальной квартиры в другую, более комфортную, а желание получить дополнительное жилье законным или противозаконным способом, возможность переселиться в роскошные апартаменты: *«Квартирный вопрос испортил брак. Пенсионер решил, что женщина вышла за него замуж из-за корысти, и потребовал расторгнуть брак»*⁷; *«Выметайтесь немедленно!»: как квартирный вопрос испортил жизнь двум калининградкам»*⁸; *««Квартирный вопрос испортил»: перед судом предстанут пятеро участников заказного убийства»*⁹; *«Заказала родную сестру». Квартирный вопрос испортил не только москвичей»*¹⁰.

Прецедентная конструкция *«Свежесть бывает только одна – первая, она же и последняя»* в актуальном медиадискурсе зачастую реализуется в контекстах, связанных с необходимостью отслеживания качества продукта, его срока годности и системы хранения: *««Свежесть бывает только одна – первая. Она же и последняя». Какой же праздничный стол без мяса? Его можно купить как на рынке у фермеров, так и в магазине. При выборе следует проявлять осторожность. Особенно если вы приобретаете свежее незамороженное мясо»*¹¹; *«Свежесть бывает только одна – первая, она же и последняя». Смоленск сказал «нет!» мясу и молочке из Белоруссии»*¹²; *«...Свежесть бывает только одна – первая, она же последняя. А если осетрина второй свежести, то это означает, что она тухлая!»*. Сегодня будем говорить о качестве, и неспроста. Вчера отмечался Всемирный день качества. Оно является ключом к успеху в развитии каждого предприятия. И от качества потребляемых нами товаров зависит и качество нашей жизни. В некоторых государствах качество товаров – вопрос национального престижа»¹³.

Прецедентная конструкция *«Будьте осторожны со своими желаниями – они имеют свойства сбываться!»* (фраза, произнесенная Воландом в романе) актуализируется в контекстах, описывающих неожиданные результаты чьих-либо устремлений. При этом в плане выражения конструкция может претерпевать трансформации, сохраняя исходный смысл. Ср.:

«Бойтесь своих желаний – они имеют свойство сбываться» – эта крылатая фраза, которую Михаил Булгаков вложил в уста Воланда, может очень сильно выйти боком Владимиру Зеленскому. Босс киевского режима, как известно, изо всех сил пытается сейчас торпедировать совместные попытки Путина и Трампа найти мирное решение украинского конфликта. И вот, взойдя на борт атомного подводного крейсера, хозяин Кремля дал понять, что Россию может устроить подобное развитие событий. Впрочем, слова ВВП *«Я ещё совсем недавно говорил «мы их дождём», есть основания полагать, что мы их добъём»* адресована не только Зеленскому и не только Европе¹⁴.

Безусловно, самой востребованной в медиапространстве прецедентной конструкцией, апеллирующей к роману М. А. Булгакова «Мастер и Маргарита», является конструкция *«рукописи не горят»*. Характеризуясь в контексте полисемантичностью и полифункциональностью, она формирует различные

⁶ Булгаков М.А. Мастер и Маргарита. М.: Азбука, 2023. 480 с.

⁷ Курская правда. Доступно по: kpravda.ru. Активно на 18.10.2024. Kurskaya Pravda. Available at: kpravda.ru. Accessed October 18, 2024. (In Russ).

⁸ Клопс. Доступно по: klops.ru. Ссылка активна на 16.10.2024. Klops. Available at: klops.ru. Accessed October 16, 2024. (In Russ).

⁹ Новый день. Доступно по: <https://newdaynews.ru>. Ссылка активна на 18.09.2022. New day. Available at: <https://newdaynews.ru>. Accessed September 18, 2022. (In Russ).

¹⁰ РИА новости. Доступно по: <https://ria.ru>. Ссылка активна на: 05.11.2018. RIA news. Available at: <https://ria.ru>. Accessed November 05, 2018. (In Russ).

¹¹ Орская хроника. Доступно по: <https://hron.ru>. Ссылка активна на: 30.01.2022. Available at: <https://hron.ru>. Accessed January 30, 2022. (In Russ).

¹² Смоленскавтодор. Доступно по: <https://smolensk-i.ru>. Ссылка активна на 06.06.2015. Smolenskavtodor. Available at: <https://smolensk-i.ru>. Accessed June 06, 2015. (In Russ).

¹³ Выбор. Доступно по: <https://gazeta-vibor.com>. Ссылка активна на: 09.11.2018. Available at: <https://gazeta-vibor.com>. Accessed November 09, 2018. (In Russ).

¹⁴ МК.RU. Доступно по: <https://www.mk.ru>. Ссылка активна на: 28.03.2025. Available at: <https://www.mk.ru>. Accessed March 28, 2025. (In Russ).

смыслы, где под рукописями понимаются не гениальные творения великих писателей, а материальные факты, входящие в следующие тематические группы:

1. Размещенные в интернете политические документы и выступления дискредитирующего характера, авторы которых не смогли остановить их распространение в информационном поле: *«Вчера ночью Зеленский вылез с «перемогой». Видео очень быстро удалили, но **рукописи не горят**»*¹⁵.

2. Фейковые новости и документы, получившие свое опровержение: *«Арестович (признан Минюстом иностранным агентом) опубликовал «тело девушки из Гостомеля». Ему быстро объяснили, кто и где на самом деле запытал девушку до смерти. Все уже подчищено, но **рукописи не горят**»*¹⁶.

3. Регулярно излагаемые политические нарративы и обещания, исполнение которых не представляется возможным: *««-Здравствуйте, а Вы в НАТО принимаете? – Нет, только обещаем». Бессмертная классика. **Рукописи не горят!**»*¹⁷.

4. Ценность шедевров литературы и истории при активном внедрении цифровых технологий: *«**Рукописи не горят и дружат с цифрой**», – директор Эрмитажа Михаил Пиотровский. На торжественном заседании президиума РАН, состоявшемся 5 июля 2024 г. в Санкт-Петербургском отделении Российской академии наук, директор Эрмитажа академик Михаил Борисович Пиотровский рассказал о проектах цифровизации тетрадей Пушкина, рукописей Петра I и других важных исторических артефактов»*¹⁸.

5. Возможность восстановления утраченных рукописей при помощи искусственного интеллекта: *«**Рукописи не горят: ИИ прочитал испорченные извержением вулкана свитки из древнеримской библиотеки**»*¹⁹

Прецедентные ситуации

Проведенный анализ позволяет заключить, что наиболее популярными в медиапространстве прецедентными ситуациями стали *встреча Берлиоза с Воландом и его свитой на Патриарших прудах и бал у сатаны*. Это ключевые эпизоды романа, поворотные моменты, остающиеся в памяти читателя, а значит, способные стать основой ассоциирования при реализации на уровне вторичной номинации в актуальном медиапространстве.

Прецедентная ситуация, иллюстрирующая «бал у сатаны» («бал у Воланда»), в медиапространстве транслирует негативные стороны современной политики, культуры, общества. Обратим внимание на два типа контекстов, отражающих различные аспекты жизни российского общества и государства:

1. Социополитические реалии: *«Ещё одна сфера, где царит абсолютная анархия, сатанинский шабаш и беззаконие, это адвокатура. Либеральным прозападным юристам с корочкой защитника можно абсолютно всё! Любой суд с участием защитников предателей, экстремистов и террористов превращается в «Бал у Воланда»»*²⁰; *«Мы часто говорили «либералы». Признаюсь, сглаживали углы. Они – сатанисты. Когда наши парни перемалывают Украину, отдают свои жизни за нас, где-то идёт бал Воланда. Булгаковский сатана. В рукописных черновиках бал Воланда описан во всей красе бесноватых извращенцев. Что здесь и происходит с зыгарями, лазаревыми. Чёрная месса. Что-то ритуальное и языческое. Показательное»*²¹.

¹⁵ Tsargrad.tv. Доступно по: <https://tsargrad.tv/news>. Ссылка активна на: 18.04.2022. Tsargrad.tv. Available at: <https://tsargrad.tv/news>. Accessed April 18, 2022. (In Russ).

¹⁶ SolovievLive. Доступно по: <https://t.me/s/SolovievLive>. Ссылка активна на: 04.04.2022. SolovievLive. Available at: <https://t.me/s/SolovievLive>. Accessed April 04, 2022. (In Russ).

¹⁷ SolovievLive. Доступно по: <https://t.me/s/SolovievLive>. Ссылка активна на: 04.04.2022. SolovievLive. Available at: <https://t.me/s/SolovievLive>. Accessed March 07, 2024. (In Russ).

¹⁸ Научная Россия. Доступно по: <https://scientificrussia.ru>. Ссылка активна на: 05.07.2024. Scientific Russia. Available at: <https://scientificrussia.ru>. Accessed July 05, 2024. (In Russ)

¹⁹ 3dnews.ru. Доступно по: <https://3dnews.ru>. Ссылка активна на 06.02.2024. Available at: <https://3dnews.ru>. Accessed February 06, 2024. (In Russ).

²⁰ Карнауков. Доступно по: <https://web.telegram.org/k/#@sskarnaukhov>. Ссылка активна на: 09.06.2021. Karnaukhov. Available at: <https://web.telegram.org/k/#@sskarnaukhov>. Accessed June 09, 2021. (In Russ).

²¹ Tsargradtv. Доступно по: <https://web.telegram.org/k/#@tsargradtv>. Ссылка активна на: 10.01.2024. Tsargradtv. Available at: <https://web.telegram.org/k/#@tsargradtv>. Accessed January 10, 2024. (In Russ).

2. Сфера культуры и искусства: «Москва. XXI век. Окружение Филиппа Бедросовича Киркорова. «Бал Воланда» Михаила Афанасьевича Булгакова. Вот оно – все здесь, все рядом»²². Официальный представитель МИД РФ Мария Захарова иронично прокомментировала проходящий в Швеции международный песенный конкурс «Евровидение». Она использовала кусочки выступлений участников и наложила на них музыку из сериала Владимира Бортко «Мастер и Маргарита», которая звучала на «балу у сатаны». Захарова отметила, что «Евровидение-2024» переплонуло любую оргию, шабаши или ритуальное святотатство»²³.

Заключение

Таким образом, можно заключить, что конфликтность современной международной политики, поляризация российского общества, трансформация ценностных установок, связанная, главным образом, с динамично изменяющимися социополитическими реалиями, определили частотность обращения к прецедентным единицам из сферы-источника «Воланд и его свита» как своего рода речевому выражению сложившихся в обществе стереотипов, которые в значительной степени формируют модель поведения современной языковой личности. Являясь важным источником прецедентности, текст исследуемого романа не только аккумулирует приоритеты и ожидания адресанта и адресата, их фоновые знания и эрудированность, но и помогает, как в зеркале, через призму художественных образов рассмотреть особенности публичных личностей, социальных и политических ситуаций; сформировать понимание норм и антинорм в сфере культуры и искусства, выявить сходства и различия в исторических портретах России 30-х годов XX века и современности. Отражение в современных медийных текстах новых смыслов, образов и сюжетов посредством апеллирования к героям романа предполагает не перенос базовых знаний о персонажах «Мастера и Маргариты» в медийную сферу, а результат сложного взаимодействия когнитивно-дискурсивных факторов, отражающих не Москву 30-х гг. XX в., а современное общество. Социополитические мотивы и ассоциации, позволяющие сопоставить Воланда и его свиту с отдельными современными представителями сфер политики, культуры, спорта, определяют актуальность данных образов и их значимое место при отражении современных социополитических реалий.

Список литературы

1. Богданович Г.Ю., Нахимова Е.А., Сегал Н.А. Библийские мотивы как источник формирования медийного образа Крыма. Язык и культура, 2019; 47: 8-20. Доступно по: <https://politlinguistika.ru/images/3-2021/2.pdf>. Ссылка активна на 07.04.2025.
2. Будаев Э.В., Чудинов А.П., Сегал Н.А. Театральная метафора как основа моделирования образа России в украинских СМИ 2014-2024 гг. Язык и культура, 2024: 67, 76-88. doi: 10.17223/19996195/67/4.
3. Бутахина Л.А., Филипова А.В. Прецедентные феномены в текстах политического дискурса. Вестник Волжского университета имени В. Н. Татищева, 2012; 2: 7-14. Доступно по: <https://cyberleninka.ru/article/n/pretsedentnye-fenomeny-v-tekstah-politicheskogo-diskursa>. Ссылка активна на 07.04.2025.
4. Гудков Д.Б. Прецедентное имя и проблемы прецедентности. М., 1999. Доступно по: <https://cyberleninka.ru/article/n/2000-03-005-gudkov-d-b-pretsedentnye-imena-i-problemy-pretsedentnosti-m-izdvo-1999-152-s-bibliogr-s-139-148/viewer>. Ссылка активна на 07.04.2025.
5. Супрун А.Е. Текстовые реминисценции как языковое явление. Вопросы языкознания, 1995; 6: 17-29. Доступно по: <http://www.philology.ru/linguistics2/suprun-95.htm>. Ссылка активна на 07.04.2025.
6. Чудинов А.П. Очерки по современной политической метафорологии. Екатеринбург: УрГПУ, 2013. 176 с. Доступно по: <https://discourseworld.ru/upload/iblock/695/695a676405960412f3384bdcc6812d0c.pdf>. Ссылка активна на 07.04.2025.
7. Чудинов А.П., Сегал Н.А. Прецедентный феномен «Преступление и наказание» в русскоязычном медиадискурсе. Русистика. 2023; 2 (21): 242-253. doi: 10.22363/2618-8163-2023-21-2-242-253.
8. Солганик Г.Я. К определению понятий «текст» и «медиатекст». Вестник МГУ. Сер. 10. Журналистика, 2005; 2: 7-5. Доступно по: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-opredeleniyu-ponyatiy-tekst-i-mediatekst>. Ссылка активна на 07.04.2025.

²² Tsargrad.tv. Доступно: <https://tsargrad.tv/news>. Ссылка активна на: 04.11.2022. Available at: <https://tsargrad.tv/news>. Accessed November 04, 2022. (In Russ).

²³ Mk.ru. Доступно по ссылке: <https://www.mk.ru>. Активно на: 12.05.2024. Available at: <https://www.mk.ru>. Accessed May 12, 2024. (In Russ).

9. Сметанина С.И. Медiateкст в системе культуры (динамические процессы в языке и стиле журналистики конца XX века). СПб., 2002. 383 с. Доступно по: <https://www.dissercat.com/content/media-tekst-v-sisteme-kultury-dinamicheskie-protsessy-v-yazyke-i-stile-zhurnalistiki>. Ссылка активна на 07.04.2025.
10. Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ. М., 2008. Доступно по: https://rusneb.ru/catalog/000199_000009_004045363. Ссылка активна на 07.04.2025.
11. Новичихина М.Е., Самойленко Н.С. Новые медиа и новые функции медиатекста: к вопросу о трансформации современной журналистики. Верхневолжский филологический вестник, 2020; 2. Доступно по: <https://cyberleninka.ru/article/n/novye-media-i-novye-funktsii-mediateksta-k-voprosu-o-transformatsii-sovremennoy-zhurnalistiki>. Ссылка активна на 07.04.2025.
12. Колосова А.А., Поплавская Н.В. О полифункциональности журналистского медиатекста. Вопросы журналистики, педагогики, языкознания, 2015; 18 (215). Доступно по: <https://cyberleninka.ru/article/n/o-polifunktionalnosti-zhurnalistikogo-mediateksta>. Ссылка активна на 07.04.2025.
13. Голев Н.Д., Шпильная Н.Н. Обыденная медиакommunikация как социоречевая сфера: постановка проблемы и границы проявления. Медиалингвистика, 2021; 1 (8): 23-34. Доступно по: <https://cyberleninka.ru/article/n/obydannaya-mediakommunikatsiya-kak-sotsiorechevaya-sfera-postanovka-problemy-i-granitsy-proyavleniya>. Ссылка активна на 07.04.2025.
14. Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность. М.: УРСС, 2004. 264 с. Доступно по: <http://karaulov.it-claim.ru/Karaulov/bookskaraulov.htm>. Ссылка активна на 07.04.2025.
15. Гурулева Т.Л., Калинин О.И. Метафоричность как культурно обусловленная характеристика дискурса. Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. 2021; 3: 26-40. <https://doi.org/10.29025/2079-6021-2021-3-26-40>. Доступно по: <https://cyberleninka.ru/article/n/metaforichnost-kak-kulturno-obuslovlennaya-harakteristika-diskursa>. Ссылка активна на 07.04.2025.

References

1. Bogdanovich GYu, Nakhimova EA, Segal NA. Biblical motifs as a source of formation of the media image of Crimea. Language and culture, 2019; 47: 8-20. Available at: <https://politlingvistika.ru/images/3-2021/2.pdf>. Accessed April 07, 2025. (In Russ.).
2. Budaev EV, Chudinov AP, Segal NA. Theatrical metaphor as the basis for modeling the image of Russia in the Ukrainian media 2014-2024. Language and culture. 2024; 67: 76-88. <https://doi.org/10.17223/19996195/67/4>.
3. Butakhina LA, Fillipova AV. Precedent phenomena in the texts of political discourse. Bulletin of the Volga University named after V. N. Tatishchev, 2012; 2:7-14. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/pretsedentnye-fenomeny-v-tekstah-politicheskogo-diskursa>. Accessed April 07, 2025. (In Russ.).
4. Gudkov DB. Precedent name and issues of precedence. Moscow, 1999. 149. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/2000-03-005-gudkov-d-b-pretsedentnye-imena-i-problemy-pretsedentnosti-m-izd-vo-1999-152-s-bibliogr-s-139-148/viewer>. Accessed April 07, 2025. (In Russ.).
5. Suprun AE. Text reminiscences as a linguistic phenomenon. Issues of linguistics. 1995; 6: 17-29. Available at: <https://discourseworld.ru/upload/iblock/695/695a676405960412f3384bdcc6812d0c.pdf>. Accessed April 07, 2025. (In Russ.).
6. Chudinov AP, Segal NA. Precedent phenomenon "Crime and Punishment" in Russian-language media discourse. Russian Studies. 2023; 2 (21): 242-253. <https://doi.org/10.22363/2618-8163-2023-21-2-242-253>.
7. Chudinov AP. Essays on modern political metaphorology. Ekaterinburg: Ural State Pedagogical University. 2013. 176. <https://doi.org/10.22363/2618-8163-2023-21-2-242-253>. (In Russ.).
8. Solganik GYa. Towards the definition of the concepts "text" and "media text". Bulletin of Moscow State University. Ser. 10. Journalism. 2005; 2: 7-15. Available at: <http://www.philology.ru/linguistics2/suprun-95.htm>. Accessed April 07, 2025. (In Russ.).
9. Smetanina SI. Media text in the cultural system (dynamic processes in the language and style of journalism at the end of the twentieth century. SPb.: Mikhaylova V.A. Publ., 2002. 383. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-opredeleniyu-ponyatiya-teksta-i-mediateksta>. Accessed April 07, 2025. (In Russ.).
10. Dobrosklonskaya TG. Medialinguistics: a systematic approach to the study of media language. Moscow, 2008. 264. Available at: https://rusneb.ru/catalog/000199_000009_004045363. Accessed April 07, 2025. (In Russ.).
11. Novichikhina ME, Samoylenko NS. New media and new functions of media text: on the issue of transformation of modern journalism. Upper Volga Philological Bulletin. 2020; 2. Available at: <https://www.>

dissercat.com/content/media-tekst-v-sisteme-kultury-dinamicheskie-protsessy-v-yazyke-i-stile-zhurnalistiki. Accessed April 07, 2025. (In Russ.).

12. Kolosova AA, Poplavskaya NV. On the multifunctionality of journalistic media text. *Issues of journalism, pedagogy, linguistics*. 2015; 18 (215). Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/transformsii-zhurnalistskogo-teksta-v-usloviyah-internet-sredy>. Accessed April 07, 2025. (In Russ.).

13. Golev ND, Shpilnaya NN. Everyday media communication as a socio-speech sphere: statement of the problem and boundaries of manifestation. *Medialinguistics*, 2021; 1 (8): 23-34. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/obydannaya-mediakommunikatsiya-kak-sotsiorechevaya-sfera-postanovka-problemy-i-granit-sy-proyavleniya>. Accessed April 07, 2025. (In Russ.).

14. Karaulov YuN. Russian language and linguistic personality. Moscow: URSS, 2004. 264. Available at: <http://karaulov.it-claim.ru/Karaulov/bookskaraulov.htm>. Accessed April 07, 2025. (In Russ.).

15. Guruleva TL, Kalinin OI. Metaphoricality as a culturally conditioned characteristic of discourse. *Current Issues in Philology and Pedagogical Linguistics*. 2021;3: 26-40. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/metaforichnost-kak-kulturno-obuslovlennaya-harakteristika-diskursa/>. Accessed April 07, 2025. (In Russ.).

История статьи:

Получена: 08.04.2025

Принята: 24.04.2025

Опубликована онлайн: 25.06.2025

Article history:

Received: 08.04.2025

Accepted: 24.04.2025

Published online: 25.06.2025

Сведения об авторах:

Сегал Наталья Александровна, доктор филологических наук, доцент, доцент кафедры русского, славянского и общего языкознания Института филологии Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского; Симферополь, Республика Крым, Российская Федерация; e-mail: natasha-segal@mail.ru.

Нахимова Елена Анатольевна, доктор филологических наук, профессор кафедры межкультурной коммуникации, риторики и русского языка как иностранного Уральского государственного педагогического университета; Екатеринбург, Российская Федерация; e-mail: nakhimova@gmail.com.

Bionotes:

Natalya A. Segal, Dr. habil. (Philology), Associate Professor of the Department of Russian, Slavic and General Linguistics, Institute of Philology, V.I. Vernadsky Crimean Federal University; Simferopol, Republic of Crimea, Russian Federation; e-mail: natasha-segal@mail.ru.

Elena A. Nakhimova, Prof.Dr. habil. (Philology), Professor in the Department of Intercultural Communication, Rhetoric and Russian as a Foreign Language, Ural State Pedagogical University; Yekaterinburg, Russian Federation; e-mail: nakhimova@gmail.com.



Статья опубликована на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0 International (CC-BY 4.0).

This is an open access article distributed under the terms of Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC-BY 4.0)

Оригинальная статья

УДК 81'42+659.123

<https://doi.org/10.29025/2079-6021-2025-2-127-145>

Языковая игра как инструмент рекламного креатива

*М.В. Терских¹, О.А. Зайцева²*Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского;**^{1,2} 644077, Российская Федерация, Омск, проспект Мира, 55а;**¹ORCID ID: 0000-0003-0127-6917; ²ORCID ID: 0000-0003-2704-2158;**; ¹Web of Science Researcher ID: H-7591-2014;**¹SPIN-код: 5807-3105; ²SPIN-код: 7433-5202;**¹Scopus Author ID: 57195804163;***e-mail: terskihm@mail.ru*

Аннотация: Статья посвящена изучению языковой игры как ключевого инструмента рекламного креатива в условиях информационной перегрузки и высокой конкуренции за внимание аудитории. Авторы анализируют роль креатива в современной рекламе, подчеркивая его стратегическую направленность, ориентацию на эмоциональное воздействие, запоминаемость и виральность. В статье анализируется взаимосвязь рекламного креатива и лингвокреативной деятельности, подчеркивается их роль в трансформации маркетинговых задач в эмоционально заряженные и эстетически значимые сообщения. Типологизация языковой игры проведена с опорой на структурно-семантический и когнитивно-дискурсивный подходы. На материале более 70 современных российских рекламных текстов (печатная, наружная, видеореклама) демонстрируются разнообразные приемы языковой игры: графические (типографические эксперименты, креолизация), фонетические (аллитерация, рифма), лексические (каламбуры, полисемия), словообразовательные (окказионализмы) и интертекстуальные (аллюзии, цитаты). Особое внимание уделяется функциональности этих приемов, включая привлечение внимания, формирование эмоциональной связи с брендом, смысловую емкость и стимулирование вовлеченности. В статье также обсуждаются риски, связанные с использованием языковой игры, такие как неоднозначность трактовок, культурная специфичность и короткий срок актуальности. Авторы приходят к выводу, что эффективная языковая игра требует баланса между креативностью и ясностью сообщения, а ее успех зависит от точного учета целевой аудитории и контекста. Отмечается, что данный инструмент наиболее эффективен при интеграции его в стратегию позиционирования и при учете культурных кодов целевой аудитории. Таким образом, рекламный языковой креатив можно отнести к значимым лингвистическим механизмам, лежащим в основе создания запоминающихся и прагматически эффективных рекламных сообщений.

Ключевые слова: креатив; лингвокреативная деятельность; языковая игра; рекламный дискурс; приемы языковой игры.

Для цитирования: Терских М.В., Зайцева О.А. Языковая игра как инструмент рекламного креатива. *Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики*. 2025. № 2. С. 127–145. <https://doi.org/10.29025/2079-6021-2025-2-127-145>.

Original Paper

<https://doi.org/10.29025/2079-6021-2025-2-127-145>

Language Game as a Tool of Advertising Creativity

***Marina V. Terskikh¹, Olga A. Zaytseva²**

Dostoevsky Omsk State University;

¹.²55a Mir Ave., Omsk, Russian Federation, 644077;

¹ORCID ID: 0000-0003-0127-6917; ²ORCID ID: 0000-0003-2704-2158;

¹Web of Science Researcher ID: H-7591-2014;

¹SPIN-code: 5807-3105; ²SPIN-code: 7433-5202;

¹Scopus Author ID: 57195804163;

**e-mail: terskihm@mail.ru*

Abstract: The paper investigates language game as a key tool of advertising creativity in the context of information overload and intense competition for audience attention. The authors analyze the role of creativity in modern advertising, emphasizing its strategic focus on emotional impact, memorability, and virality. The article explores the interrelation between advertising creativity and linguacreative activity, highlighting their role in transforming marketing objectives into emotionally charged and aesthetically significant messages. Typologization of the language game was carried out based on structural and semantic, as well as cognitive and discursive approaches. Using more than 70 contemporary Russian advertising texts (print, outdoor, and video advertising), the article demonstrates various language game techniques: graphic (typographic experiments, creolization), phonetic (alliteration, rhyme), lexical (puns, polysemy), word-forming (occasional words), and intertextual (allusions, quotes). Special attention is given to the functionality of these techniques, including attracting attention, forming an emotional connection with the brand, semantic capacity, and stimulating involvement. The paper also discusses the risks associated with language game, such as ambiguity of interpretations, cultural specificity, and a short relevance period. The authors conclude that effective language game requires a balance between creativity and message clarity, and its success depends on accurate consideration of the target audience and context. It is noted that this tool is most effective when integrated into the positioning strategy and takes into account the cultural codes of the target audience. Thus, advertising linguistic creativity can be considered a significant linguistic mechanism underlying the creation of memorable and pragmatically effective advertising messages.

Keywords: creativity, linguacreative activity, language game, advertising discourse, language game techniques.

For citation: Terskikh M.V., Zaytseva O.A. Language game as a tool of advertising creativity. *Current Issues in Philology and Pedagogical Linguistics*. 2025, no 2, pp. 127–145. <https://doi.org/10.29025/2079-6021-2025-2-127-145>(In Russ.).

Введение

Современный рекламный дискурс – это уже не только информирование о товаре, это сложный коммуникативный процесс, направленный на преодоление ряда проблем, которые связаны с высокой конкуренцией за внимание реципиента, информационной перегрузкой, так называемой «рекламной слепотой»¹. Реклама становится фоновым шумом, ее сообщения «фильтруются» реципиентами для снижения когнитивной нагрузки. Именно поэтому копирайтеры все чаще прибегают к инструментам креатива, одним из которых является языковая игра.

¹ Рекламная слепота – психологическое явление, при котором реципиенты сознательно или бессознательно игнорируют рекламные материалы из-за их переизбытка, шаблонности или нерелевантности.

Креатив в рекламе: понятие и специфика

За последнее десятилетие термин «креатив» стал одним из наиболее часто используемых рекламистами-практиками и исследователями рекламного дискурса [1-3]. Данное понятие можно определить как процесс разработки и реализации оригинальных, нестандартных идей, направленных на эффективную коммуникацию бренда с аудиторией. Важно подчеркнуть, что это не творчество в чистом виде – это комбинация творчества и стратегии, ориентированных на привлечение внимания в условиях информационного шума, провоцирование эмоций радости, удивления, ностальгии и т.п., трансляцию ключевого сообщения о продукте или услуге, стимулирование действия (покупка, подписка, вовлечение). Таким образом, креатив не ограничивается эстетикой и оригинальной подачей информации о товаре, это ресурс, который превращает узко утилитарные, маркетинговые цели в запоминающиеся образы, тексты или интерактивные форматы, укрепляя связь между брендом и потребителем.

Креатив, по нашему мнению, максимально нагруженный с точки зрения функционала механизм, характеризующийся рядом дифференциальных признаков. Рассмотрим наиболее значимые.

1. Оригинальность: креатив избегает шаблонов, стереотипной подачи – неожиданные решения выделяют бренд на фоне конкурирующей информации.

2. Эмоциональное воздействие: не отрицая и ни в коем случае не отменяя рациональное информирование, отметим, что современная реклама все активнее работает на провоцирование сильных эмоций, балансируя зачастую между провокацией и нормами морали.

3. Запоминаемость: креатив обладает несомненным мнемоническим ресурсом, создает уникальные ментальные связи между брендом и конкретным образом, звуком или фразой.

4. Стратегическая направленность: даже самая нестандартная идея работает на конкретные бизнес-цели, поэтому креатив в идеале должен быть связан с идеей позиционирования продукта.

5. Виральность: эта особенность связана со способностью креативного контента распространяться в информационном пространстве без прямого продвижения, благодаря тому что рекламный креатив обеспечивает вовлечение аудитории в процесс коммуникации, вызывает желание делиться нестандартным контентом, комментировать его, адаптировать под новые цели и задачи, превращая его в часть культурного диалога.

Таким образом, креатив в рекламе – это синтез искусства и стратегии, это творчество, которое не служит самоцелью, а обеспечивает решение бизнес-задач; дифференциальные признаки креатива (оригинальность, провокативность, эмоциональная глубина и др.) делают его важнейшим инструментом в борьбе за внимание аудитории.

Значительная часть работ, рассматривающих приемы создания креативных рекламных сообщений, делает акцент на визуальном компоненте [4-5]. Вместе с тем роль языковой составляющей остается неизменно высокой [3; 6-7]: языковая игра, в частности, использованная в так называемых сильных позициях рекламного текста (*нейм, слоган, эхо-фраза*), представляет собой мощный инструмент, способный усилить привлекательность, запоминаемость текста и вовлеченность аудитории.

Языковая игра как инструмент рекламного креатива

И российские, и зарубежные ученые видят в языковой игре механизм создания новых смыслов через нарушение норм и конвенций, при этом языковая игра трактуется как многомерный феномен – от философского понимания базовых коммуникативных практик (Л. Витгенштейн) до лингвистических приемов, обогащающих выразительность (В.З. Санников). Вместе с тем до сих пор сложно привести дефиницию, в полной мере отражающую всю многогранность и полифункциональность рассматриваемого феномена. Согласимся с Т.А. Гридиной: «Многоаспектность существующих подходов к описанию языковой игры порождает мысль о невозможности дать ей однозначное определение... Вместе с тем ни одна из существующих интерпретаций не исключает признания ее творческой природы. Эта ипостась языковой игры представляется нам объединяющим началом...» [8: 3-4].

Таким образом, наиболее релевантный для нашего исследования подход связан с рассмотрением языковой игры как формы лингвокреативной деятельности: «При осознанном нарушении языкового канона мы имеем дело с языковой игрой как особой формой лингвокреативной деятельности, отражающей стремление (интенцию) говорящих к обнаружению собственной компетенции в реализации языковых возможностей – при понимании условности совершаемых речевых ходов, но в то же время рассчитанных на «опознание» реципиентом негласно принятых правил (языкового кода) общения» [9: 185].

Важно при этом подчеркнуть специфику лингвокреативной деятельности: «Языковая игра – это некоторая языковая неправильность (или необычность) и, что очень важно, неправильность, осознаваемая говорящим (пишущим) и намеренно допускаемая. При этом слушающий (читающий) также должен понимать, что это «нарочно так сказано», иначе он оценит соответствующее выражение просто как неправильность или неточность. Только намеренная неправильность вызовет не досаду и недоумение, а желание поддержать игру и попытаться вскрыть глубинное намерение автора, эту игру предложившего» [10: 23–24].

Таким образом, языковая игра рассматривается исследователями как намеренное отступление от языковых (речевых) норм – с определенной целью [11; 12: 103].

Языковая игра по природе своей близка понятию креатива, поскольку разрушает концептуальные и лингвистические «шаблоны», ломает стереотипы высказываний и восприятия: «Языковая игра – осознанное нарушение стереотипа, закономерностей функционирования языковых единиц в определенном окружении и нормы в языковом понимании социума и конкретного индивида, используемое для усиления выразительности рекламного текста с определенной материальной целью – продажи рекламируемого товара или услуги»².

Применительно к рекламному дискурсу определим лингвокреативную деятельность как стратегическое использование языковых средств (слов, фраз, грамматических структур) в нестандартной, игровой форме для создания оригинального, эмоционально заряженного и запоминающегося рекламного сообщения. При этом языковая игра опирается на манипуляцию смыслами, звучанием, ассоциациями и культурными кодами с целью привлечь внимание аудитории, вызвать интерес, усилить вовлеченность и передать ключевую идею бренда в креативной форме. Таким образом, язык современного рекламного текста не только информирует, но и развлекает, удивляет и вовлекает.

Типологизация языковой игры

Принимая все многообразие подходов к понятию языковой игры, остановимся на двух классификациях, значимых для нашего исследования.

Классическим и актуальным и в настоящее время является подход В.З. Санникова, в основе которого лежит структурно-семантический принцип и системность языковых единиц. Исследователь выделяет фонетическую (игра со звуками, нарушение фонетических норм, использование звукоподражаний и междометий); морфологическую (создание нестандартных словоформ, игра с аффиксами для создания неологизмов, нарушение грамматических правил); лексическую (каламбурь на основе омонимов, паронимов, многозначности слов; переосмысление устойчивых выражений и др.); синтаксическую (нарушение порядка слов для создания комического эффекта, игра с синтаксическими конструкциями; использование неполных и избыточных предложений); семантическую (игра с многозначностью слов и контекстом, интертекстуальность и т.п.); стилистическую (смешение стилей; пародия, ирония, сарказм; имитация «чужого» стиля); графическую (нестандартное написание слов, визуальные каламбуры); фразеологическую языковую игру [10]. Таким образом, В.З. Санников в своей классификации охватывает все уровни языка, демонстрируя, как творческое использование лингвистических средств обогащает коммуникацию любого типа, в том числе и в рамках медиадискурса. Безусловно, эта классификация актуальна и для изучения языковой игры в рекламе [11; 13; 14].

Т.А. Гридина понимает языковую игру как особую форму «лингвокреативного мышления, основанного на механизмах одновременной актуализации и переключения, ломки ассоциативных стереотипов восприятия, употребления и порождения вербальных знаков и проявляющего творческую инициативу говорящего в обновлении языкового канона» [15: 75]. В соответствии с когнитивно-дискурсивным подходом исследователь выделяет следующие типы языковой игры: ассоциативная интеграция, ассоциативное наложение, ассоциативная выводимость, ассоциативная идентификация, ассоциативная провокация, игровая имитация [там же]. Основываясь в своей классификации на механизмах смыслопорождения, автор выделяет фонетические, лексические, грамматические, семантические и смешанные

² Амири Л.П. Языковая игра в российской и американской рекламе: автореф. канд... филол. наук. Ростов-на-Дону, 2007. С. 10. Доступно по: https://jf.spbu.ru/upload/files/file_1367868186_5129.pdf. Ссылка активна на 10.05.2025. Amiri L.P. Language game in Russian and American advertising: autoref. cand... philol. sciences. Rostov-on-Don, 2007. P. 10. Available at: https://jf.spbu.ru/upload/files/file_1367868186_5129.pdf. Accessed May 10, 2025. (In Russ.).

коды языковой игры, которые соотносятся с соответствующими уровнями языка и моделями образования и употребления средств каждого уровня.

Функции языковой игры в рекламном дискурсе

Поскольку все исследователи феномена языковой игры делают акцент на преднамеренном, сознательном, продуманном отклонении от языковой или речевой нормы, важным становится вопрос о функциональности лингвокреативной деятельности. Особенно этот аспект актуален для рекламного дискурса, в рамках которого языковая игра предстает как ключевой инструмент лингвистической креативности и прагматической эффективности.

Если обобщить все типологии функций языковой игры, можно выделить следующие наиболее частотные:

- 1) развлекательная, в том числе комическая: выразиться необычно для того, чтобы развлечь себя и собеседника, вызвать улыбку, смех, создать хорошее настроение;
- 2) гедонистическая: удовольствие от удачной языковой игры, от разгаданной лингвистической загадки;
- 3) выразительная: языковая игра позволяет более точно выразить свою мысль;
- 4) смыслообразующая: «языковая игра выступает средством создания новых смыслов, новых ассоциативных связей между смыслами слов в ходе осуществляемой творческо-коммуникативной деятельности» [16: 273];
- 5) экспрессивная (воздействующая): «с помощью языковой игры реализуются прагматические установки, делающие современный текст прагматически интенсивным» [16: 273].

Итак, языковая игра – полифункциональный инструмент, который оживляет речь, делает ее экспрессивной и многомерной. Приведенный набор функций языковой игры актуален для любого типа коммуникации, при этом очевидно, что в зависимости от дискурса функциональность языковой игры может варьироваться. Поэтому одна из исследовательских задач, которая ставится авторами данной статьи, заключается в определении функций языковой игры применительно к рекламной коммуникации.

Методология и материал

Цель данного исследования – анализ приемов языковой игры, используемых в современной российской рекламе, выявление креативного потенциала и функциональности данных приемов.

Материалом данного исследования послужили современные тексты российской печатной, наружной и видеорекламы, собранные методом направленной выборки. Всего было проанализировано более 70 рекламных сообщений.

Исследование базировалось на методологии, включающей следующие подходы: описательно-аналитический; функционально-прагматический; комплексный интертекстуальный анализ, а также метод систематизации и классификации.

Приемы языковой игры в современном рекламном дискурсе: опыт классификации

1. Графические приемы языковой игры – это использование визуальных элементов текста: шрифтов, расположения символов, цвета, знаков препинания, нестандартного оформления и т.п. – для создания комического, иронического, эстетического или стилистического эффекта. Такие приемы опираются на внешнюю форму письменной речи, превращая ее в инструмент творчества, усиливая воздействие на аудиторию.

Это могут быть «типографические эксперименты»: шрифтовые игры, смешение регистров, пробелы и переносы и т.п. Высокой частотностью характеризуется смешение регистров с целью выделить название бренда, указание на товарную категорию на фоне основного рекламного сообщения: *КуПИКквартиру!* (реклама российской девелоперской и строительной компании «ПИК»). В рекламе лекарства *Лора-ТРИцин*, выделяя слово *ТРИ*, производитель подчеркивает, что средство дает тройной эффект.

Другими примерами графической игры является реклама *ВреМиЯПодкреПИЦЦА!* (Пищерия «Мия»: указание на товарную категорию и нейм бренда) и *Время подкреПИЦЦА!* (Пищерия «Папа Джонс» – рис. 1).



Рис. 1. Реклама пиццерии «Папа Джонс»
Fig. 1. Papa John's Pizza Advertisement

Кроме того, в данном рекламном тексте используется искажение орфографии – намеренное нарушение орфографических норм: формант *-ться* заменен на элемент *-цца*. Такое же рекламное решение использовало рекламное агентство Ferma на баннере: *Мы знаем, что вашему бизнесу нужны продаж-ы-ы-ы-ы*. Цель данного приема – привлечь внимание, выделиться на фоне конкурентов, сформировать запоминающийся образ, «голос бренда» и т.п.

Бренд BMW для рекламы нового автомобиля также объединил два слова в одно, создав новый смысл как на графическом, так и на лексическом уровнях: *BMW – лидерзские качества*. Новое слово отлично передает стиль марки – «для дерзких лидеров».

Довольно частотным приемом языковой игры на графическом уровне является намеренное зачеркивание текста (перечеркнутый текст) или его части для обыгрывания рекламной фразы и придания нового значения.

Так, аптека Фармакопейка выпустила рекламу, построенную как алгоритм действия, представленный на рисунке 2.



Рис. 2. Реклама аптеки «Фармакопейка» – мобильное приложение
Fig. 2. Pharmacopeika Pharmacy Advertisement – Mobile Application

В тексте (рис. 2) не только используются акцентные цвета для привлечения внимания, но и капслоком выделяется самая важная часть сообщения. По этой причине языковая игра с зачеркиванием текста становится менее заметна и реализуется только если вчитываться внимательно. Посыл прост: человек не приобретет выгоду (100 баллов), если не выполнит перечисленные действия. Однако с расстояния нескольких шагов или при беглом знакомстве с текстом рекламы человек видит необходимый алгоритм: *мобильное приложение, бонусная карта, 100 баллов на карту*.

Таким образом, прием зачеркнутого текста в рекламе – это визуальное выделение части сообщения путем перечеркивания, которое создает эффект исправления, контраста, имитирует правку в рукописи, вызывая у аудитории любопытство и вовлекая в диалог с брендом.

Прием капслокинга – набора текста заглавными буквами – один из наиболее распространенных графических приемов в современном рекламном тексте, поскольку помогает привлечь внимание к тексту, усилить эмоциональное воздействие, акцентировать ключевую выгоду. В русском языке капслокинг может ассоциироваться с «криком», однако в рекламе этот момент, как правило, смягчается контекстом – праздничные акции, срочная важная информация и т.п. При этом длинные тексты в верхнем регистре все же нежелательны, поскольку могут спровоцировать раздражение и агрессивное восприятие аудиторией.

Перечеркивание части текста использовано и в рекламе сети магазинов «Читай-Город (рис. 3).



Рис. 3. Реклама Читай-Город «Школьный беспредел!»

Fig. 3. Chitai-Gorod Advertisement – «School Chaos!»

При анализе данного примера важен контекст – период, когда была реализована реклама, – конец августа-начало сентября, поэтому слоган *Школьный (шкодный) беспредел* отсылает нас к исправлению ошибки красной ручкой в тетради ученика, провоцирует определенный эмоциональный отклик.

На баннере омского бренда «Тюкалиночка» использован прием капслокинга в рекламе: *Еще БОЛЬШЕ любимого молока!* (рис. 4): смысл рекламного сообщения усиливается визуальной составляющей: большой объем продукта – накачанные мышцы, сила.



Рис. 4. Баннер бренда «Тюкалиночка»

Fig. 4. Tyukalinochka Brand Banner

Комбинация регистров в рекламе такси «Максим» позволяет акцентировать ключевые достоинства сервиса: быстроту работы и удобство использования приложения: «СКАЧАЛ приложение, ЗАКАЗАЛ в Максим, УЕХАЛ дешево!».

Яндекс прорекламирал свою почту (рис. 5), стилизовав ее с помощью графики под индекс на почтовом конверте.

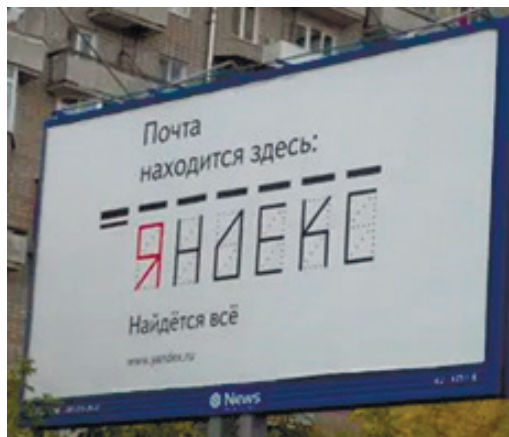


Рис. 5. Реклама Яндекс Почты
Fig. 5. Yandex Mail Advertisement

Креолизация текста – сочетание вербального и визуального кодов – также может служить приемом графической языковой игры. Этот прием можно назвать излюбленным приемом нейминга и копирайтинга – остановимся на нем чуть подробнее. Креолизация текста в рекламе – это объединение вербальных и невербальных элементов в единое семиотическое пространство с целью усилить смысл и эмоциональное воздействие сообщения; мультимодальность позволяет передать информацию через несколько каналов восприятия одновременно, обеспечить синергию элементов, сохранив при этом столь значимую для рекламного дискурса лаконичность.

Интересным рекламным решением применения графической языковой игры является выделение одной буквы в слове с приданием ей «небуквенного» значения. Например, на баннере строительного холдинга ЛСР, представленном на рисунке 6, выделена буква «о» в слове «Легко», формируя значение цифры – 0%, объединяя по смыслу еще три строчки рекламного текста.

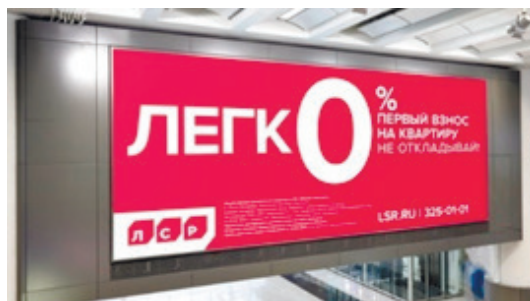


Рис. 6. Баннер ЛСР – Легко0%
Fig. 6. LSR Banner – Easy0%

Смешение регистров, как мы уже отмечали, часто используется для выделения одного из сегментов в слове – наиболее значимого с точки зрения позиционирования и продвижения. Регулярно так поступают частные клиники, выделяя в названии частицу *Мед*, позволяющую понять направление работы: *АртМед*, *СитиМед*, *ЛазерМед*.

Использование названия мороженого «ОЕ» в качестве окончания его характеристик позволяет получить «множественное» прочтение рекламного текста (рис. 7).



Рис. 7. Реклама мороженого OE!
Fig. 7. OE Ice Cream Advertisement

Графическая визуализация смыслов реализована в рекламе выставки музея «Искусство Омск» – «Бунтари и Консерваторы» (рис. 8).



Рис. 8. Выставка Бунтари/Консерваторы
Fig. 8. Exhibition «Rebels/Conservatives»

Соединяя общей буквой *H* два слова, дизайнер формирует пересечение, крест: бунтари и консерваторы не могут стоять в одном ряду – они противопоставлены.

К креолизации мы можем отнести и одновременное использование кириллицы и латиницы в рекламном тексте: *RE'конструкция* (бар-ресторан), *Шашлыкoff* (гриль-бар), *Семишаgoff* (сеть продуктовых магазинов).

Приставка *re-* в английском языке означает повтор – акцент на ней усиливает значение слова «реконструкция» – ‘построенное заново’. Удвоение букв в конце слов создает стилистический эффект, придает весомость, «цепляет» взгляд. В английском языке *off* – «выключить, выключенный». С помощью этого окончания можно, например, указать на отдых, расслабленную атмосферу. Безусловно, нестандартное написание «цепляет» взгляд, позволяет позиционировать бренд как глокальный (гибридная идентичность), добавляет динамики и современности.

Креолизация текста реализуется и при совмещении элементов современной и дореволюционной графики: *Колчакъ*, *АнтикварЪ*, *Трактиръ*, *Провиантъ* (реклама ресторанов). Отчасти обыгрывается их территориальное расположение (Омск – «белая» столица) и исторический контекст. Реципиент может сразу понять, в какой стилистике у ресторана будет оформление, меню и т.д. Совмещение «эпох» в графике – это диалог между прошлым и настоящим, позволяющий отразить историю бренда, вызвать ностальгический эффект, выделиться на фоне конкурентов.

Частью графической игры является цветовыделение. Один из самых известных примеров – Икеа. В слогане *Есть идея. Есть IKEA* торговая марка выделена желтым, что вызывает более прочную запоми-

наемость и ассоциации с уютом, теплом. Из российских марок этим приемом пользуется сеть «Красное & Белое», использующая соответствующие названию цвета. Кроме того, здесь союз «и» для большего эффекта заменен символом «&» – креолизация.

2. Фонетическая языковая игра в рекламе – это творческое использование звуков, ритма и созвучий для создания запоминающихся эмоциональных или юмористических эффектов с целью усилить воздействие рекламного сообщения, сделать его ярким и легко узнаваемым. Данный прием может использоваться как в устном, так и в письменном тексте.

Ассонанс (повторение гласных звуков для создания мелодичности) и аллитерация (повторение гласных звуков для создания настроения, формирования ассоциаций, лучшей запоминаемости) – приемы, к которым рекламисты прибегают, как правило, в слоганах или в лаконичных сообщениях.

Например, *Вольтарен Эмдугель – эксперт в лечении боли* (реклама геля «Вольтарен»), *Сидней сити – ваше место силы* (реклама ЖК «Сидней сити»). Примечательно, что реципиент запоминает такую рекламу, но не всегда может сказать почему: фонетические ресурсы зачастую действуют неочевидно.

Рекламисты с целью формирования необходимых ассоциаций могут использовать лексический повтор, создавая, в частности, ощущение ажиотажа вокруг продукта: *Что-что-что? Снова всем-всем нужны подарки? Купите их все-все разом в сплит 006 на ЯндексМаркете* (реклама системы сплит от Яндекс Маркета). В таких случаях в создании языковой игры задействованы сразу два уровня: фонетический и лексический.

Яндекс Маркет выпускает уже не первую рекламу, основанную на повторе. Одной из таких является предновогодняя реклама: *М-м-м, отлично! М-м-м, салатик!* В данном случае речь идет о звукоподражании, передающем приятный вкус продуктов, доставленных компанией.

Звукоподражание (использование слов, имитирующих звуки) или дублирование звуком используется в рекламных роликах KFC (ныне – Ростикс) и Циан. В первом случае словосочетание *Купон 22* (произносится как два-два) проговаривается на фоне двух звонков по колокольчику выдачи заказа. Звучат они точно также, как слова два-два. Циан же произношение названия сделал в форме дверного звонка, что работает на отражение ключевой идеи позиционирования: компания помогает найти новую квартиру.

Разновидностью повтора является анафора – прием, при котором повторяются одинаковые слова или фразы в начале фраз или абзацев. В рекламе анафора помогает структурировать текст, выделить главную идею и сделать ее более убедительной для аудитории. Так, в рекламе Фонбет: *Ты готов войти в игру? Готов стать выше всех? Готов терпеть? Готов побеждать? Ты готов к настоящему хоккею? Фонбет. Чемпионат КХЛ.*

В рекламных текстах рифма выступает одним из наиболее эффективных игровых средств – ее использование в русскоязычной игре слов также способствует более легкому произнесению и запоминанию рекламного текста. На использовании рифмы завязана рекламная кампания доставки Самокат: *Самокат – сердцу в такт, Самокат – без лишних трат.*

Еще один пример использования рифмы в рекламе средства от колик у детей – Семитикотик: *Семитикотик – чтобы не болел животик.* Примечательно, что средство для взрослых имеет название Семитикон, так что словоформа Семитикотик еще раз подчеркивает предназначенность для детей.

В радиорекламе часто используют рифму, чтобы сделать более запоминающимся телефонный номер: *В машине масло поменять – 7862525* (Фаворит моторс); *252585 – этот телефон «Элиты» каждый должен знать* (стоматология «Элита»)

3. Языковая игра на лексическом и словообразовательном уровнях в рекламе

Лексическая игра в рекламе – это творческое использование слов, их значения и звучания для привлечения внимания, создания запоминающихся слоганов и усиления эмоционального воздействия.

В рекламе Национального проекта «Культура» языковая игра строится на двойном значении фразы, вовлекающем аудиторию в декодирование смысла: *Мне говорили: «Напляшешься ты с этим Домом культуры!»*. Героиню ролика предупреждают о том, что она столкнется с большим количеством трудностей. В конце ролика произносится фраза: *...и запели, и заплясали*, дополняющая и расширяющая значение первой: удалось справиться со всеми испытаниями и провести множество интересных мероприятий.

Примером языковой игры, основанной на полисемии, является реклама сметаны Viola: *Вам положена самая густая сметана* (рис. 9). Слово «положена» здесь используется в значении «полагается»,

так как каждый потребитель сметаны заслуживает качественного густого продукта, второе же значение слова «положена» – добавлена в блюдо или на тарелку. Отметим, что данная реклама стала вирусной и превратилась в интернет-мем.



Рис. 9. Реклама сметаны Viola стала интернет-мемом
Fig. 9. Viola Sour Cream Advertisement Became an Internet Meme

Обращение к прецедентным высказываниям, трансформированным в соответствии с задачами рекламного текста, является распространенный приемом лексической языковой игры: *Возьми филадельфию в свои сильные руки. Стань сушистом* (Японский домик), *Блины и поцелуи не любят счета* (ВНИМИ-Сибирь), *Что и требовалось заказать* (Самокат), *Каналов выше крыши* (МТС), *Поймайте гормональный баланс!* (анализы Гемотест), *Оставьте кашель в прошлом!* (Эльмуцин).

Можно отметить апелляцию и к узко прецедентным феноменам. Так, Яндекс сделал отсылку к известной определенной аудитории реплике из аниме Сейлормун: *Новый Яндекс браузер, дай мне нейросил!* Апелляция к фэнтезийному магическому произведению используется в рекламе Т-Банка, предлагающей детскую карту Джуниор. Во время оплаты в ролике ребенок произносит *Оплатикусджунior!* – на манер заклинания из Гарри Поттера, благодаря чему проводится параллель между магией и удобством быстрой оплаты по детской карте Т-Банка.

Еще один пример использования известного выражения в рекламе Яндекс Маркета: *Емае, Маркет звонит!* Примечательно, что эта фраза использовалась для рингтона в 00-х – *Емае, мама звонит!* с ударением в глаголе звонит на первый слог. Яндекс применил эту фразу, апеллируя к ностальгии покупателей, и сделал уже правильное ударение в глаголе *звонит* – на второй слог.

Следующая реклама сервиса Яндекс Go совмещает в себе эффект обманутого ожидания, которое строится на использовании устойчивого выражения, и двусмысленность. По сюжету ролика герой Дania получает большое количество посылок. Фраза, следующая за этой сценой, звучит так: *Дания совсем уже*. Реплика провоцирует двойной смысл. С одной стороны – ‘Дания сошел с ума’. Однако за счет того, что это реплика произносится вслух без графической фиксации, можно уловить и иное значение: *Дания совсем уже*, что означает, что герой уже забрал все свои посылки.

Популярным в рекламе является использование олицетворения, при этом характеристиками живого наделяется не только товар / препарат, но и гипотетическая проблема, с которой сталкивается человек. Так, тревожные люди могут увидеть, как выглядит их недуг, в рекламе средства Элькар. Дмитрий Лысенков, одетый в костюм вампира, произносит реплику: *Привет, я – твой стресс*.

В серии рекламных роликов «Ашан. Говорящие продукты» происходит диалог между кусочками колбасы Сальчичон: *Нас, таких ароматных, – на бутерброды?*

Языковая игра на словообразовательном уровне является одним из самых популярных приемов в языке рекламы. Под данным инструментом мы понимаем намеренное использование творческих приемов словообразования (слияние, аффиксация, конверсия и т.п.) с целью создания ярких, запоминающихся названий, слоганов, которые привлекают внимание, передают ключевую идею бренда и вызывают эмоциональный отклик ауди-тории.

Так, в 2025 году Газпромбанк предложил своей аудитории *жар-ставку*. По сюжету ролика, Павел Воля и Ляйсан Утяшева находят жар-птицу и вместо ее пера получают выгодную кредитную карту. Помимо словообразования, в данном примере можно обнаружить интертекстуальность: для корректного декодирования реципиент должен иметь определенные фоновые знания.

В рамках рекламной кампании 2024 года Яндекс использовал слово *счайстье*, которое составлено из лексем «счастье» и «чай». Благодаря кон-тексту становится понятно, что *счайстье* – это «чаевые водителю». Авторы отмечают, что они «придумали слово для того, чтобы описать им приятное чувство в поездке, после которого хочется оставить на чай»³. На улицах можно было встретить рекламные щиты со значением неологизма (рис. 10-11).

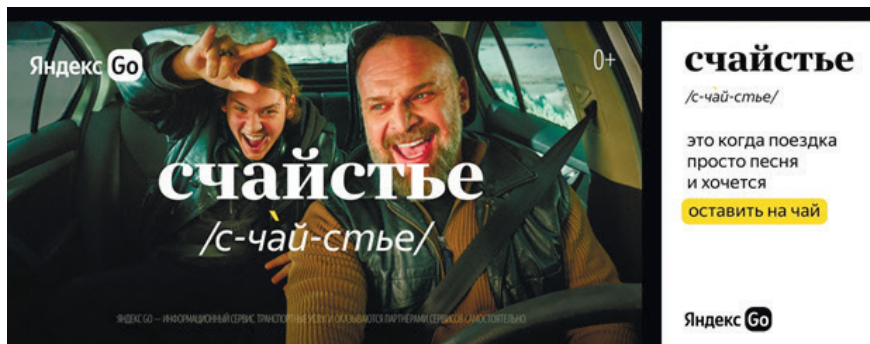


Рис. 10. Окказионализм *счайстье* в рекламе Яндекс
Fig. 10. Occasionalism «schaystye» in Yandex Advertisement



Рис. 11. Окказионализм *счайстье* в рекламе Яндекс
Fig. 11. Occasionalism «schaystye» in Yandex Advertisement

Данный прием используется и в нейминге. Так, название глазированных сырков «Творобушки» образовано от слова *творог* + *воробушки*.

Еще один пример языковой игры на словообразовательном уровне – название омского магазина тканей «Кружавель». Оно образовано от слов *кружево* и *Куршавель*. Эффект, которого пытались добиться рекламисты, связан с тем, что Куршавель – горнолыжный курорт с огромным количеством кристально белого снега. И кружева, которые покупатель может приобрести в магазине Кружавель, будут белоснежными.

Новое слово, эффект от которого подчеркивается особым графическим отображением, придумали для рекламы минеральной воды Нарзан – *на(ш)рзан*. Значение его лежит на поверхности – наш Нарзан (рис. 12): «Концепция основана на русском происхождении бренда. Новая кампания сравнивает преимущества воды с преимуществами национального нрава. Буквы Ш зажаты между буквами оригинального названия бренда – как ни читай, понятно, что эта минеральная вода наша»⁴.

³ Счайстье рядом: Яндекс мотивирует оставлять чаевые водителям. Доступно по: <https://adindex.ru/news/creative/2024/01/24/320093.phtml>. Ссылка активна на 10.05.2025. «Schaystye» is near: Yandex motivates drivers to leave tips. Available at: <https://adindex.ru/news/creative/2024/01/24/320093.phtml>. Accessed May 10, 2025. (In Russ.).

⁴ «На(ш)рзан» «заговорил»: «Родная Речь» и «Холдинг Аква» обновили имидж популярного бренда. Доступно по: <https://siatrus.ru/nashrzan-zagovoril-rodnaia-rech-i-holding-akva-obnovili-imidj-populyarnogo-brenda>. Ссылка активна на 10.05.2025. «Nashrzan» speaks up: «Rodnaya Rech» and «Akva Holding» have refreshed the image of a popular brand. Available at: <https://siatrus.ru/nashrzan-zagovoril-rodnaia-rech-i-holding-akva-obnovili-imidj-populyarnogo-brenda>. Accessed May 10, 2025. (In Russ.).



Рис. 12. Реклама воды Нарзан
Fig. 12. Narzan Mineral Water Advertisement

Новое слово из двух частей использовала компания Ozon – *Руки-загребуки* (рис. 13): «Руки-загребуки стали нашим символом ажиотажа и желания взять от распродажи как можно больше, не устояв перед крупными скидками маркетплейса»⁵



Рис. 13. Реклама маркетплейса Ozon
Fig. 13. Ozon Marketplace Advertisement

Слово, означающее период для «хватания» товаров, придумали рекламисты Авито – *хватамба* (рис. 14). Это слово схоже со сленговым словом «стоямба», что добавляет ему неформальный оттенок.



Рис. 14. Реклама сервиса Авито
Fig. 14. Avito Service Advertisement

⁵ Ozon показал, как во время распродаж руки превращаются в «загребуки». Доступно по: <https://www.sostav.ru/publication/ozon-pokazal-kak-vo-vremya-rasprodazh-ruki-prevrashchayutsya-v-zagrebuki-50943.html>. Ссылка активна на 10.05.2025. Ozon demonstrated how hands turn into 'grabbers' during sales events. Available at: <https://www.sostav.ru/publication/ozon-pokazal-kak-vo-vremya-rasprodazh-ruki-prevrashchayutsya-v-zagrebuki-50943.html>. Accessed May 10, 2025. (In Russ.).

Использование скрытой ненормативной лексики можно обнаружить в рекламном тексте (много примеров такого рода в рекламе бренда «Бургер Кинг») и в нейминге, в том числе ориентированном на детскую целевую аудиторию. Так, жевательные конфеты имеют название *Полный кислец* (рисунок 15).



Рис. 15. Жевательные конфеты «Полный кислец»

Fig. 15. «Polny Kisletz» Chewing Candies

Кислец в данном случае – созданное производителем слово, означающее максимальную степень кислоты.

В 2024 году производитель товаров для здорового сна Askona предложил потребителю приятный вариант времяпрепровождения – *диванинг* (слово «диван» и английское окончание -ing). Означает диванинг лежание на диване, и производитель называет это самым расслабляющим видом отдыха, «*Диванинг – новый уровень сна и отдыха!*».

В 2024 году сервис заказа продуктов питания Самокат пригласил потребителей на *танцевальный марафон – скидотеку*. Нетрудно догадаться, что образована скидотека от слов скидка и дискотека, это поддерживается визуальным рядом в рекламном видеоролике: в квартире героя появляется диско-шар.

Креативно подошел к названию сезона скидок и спортивный магазин Спортмастер, пригласив в ноябре потребителей на *распродабрь* (рис. 16). Слово образовано из составляющих *распродажа* и части месяца *ноябрь* (акция проводилась в ноябре).



Рис. 16. Языковая игра в рекламе магазина «Спортмастер»

Fig. 16. Language Game in Sportmaster Store Advertisement

Необычное описание состояния от вкуса мороженого придумали копирайтеры «Золотого стандарта» – *пломбирно на душе*, превратив существительное в наречие (рис. 17).



Рис. 17. Реклама мороженого «Золотой стандарт»

Fig. 17. «Zolotoy Standart» Ice Cream Advertisement

Новое слово предложили рекламисты бренда «Роллтон», соединив в нем два наречия: «остро» и «осторожно» – *остро-рожно!*

Итак, языковая игра на лексическом и словообразовательном уровне представлена в современном рекламном тексте следующими приемами: каламбур, игра омонимами / омофонами, создание окказионизмов, переосмысление идиом и метафор, использование полисемии. Помимо привлечения внимания, данные приемы обеспечивают связь с брендом и отражение концепции позиционирования продукта, что делает данный вид языковой игры важным инструментом маркетинга.

4. Интертекстуальность как разновидность языковой игры в рекламных текстах

Интертекстуальность, с нашей точки зрения, можно рассматривать как полифункциональный креативный инструмент [3], который, безусловно, может быть частью лингвокреативной стратегии.

Интертекстуальность в рекламе превращает сообщение в игру, основанную на узнавании культурных кодов, аллюзий, цитат или визуальных отсылок. Такой подход позволяет создавать многомерные смыслы, вызывать необходимые с точки зрения эффективности эмоции, устанавливать контакт с аудиторией, которая включается в игру расшифровки скрытых посланий. Если ориентироваться на современные рекламные сообщения, то можно отметить высокую актуальность данного инструмента. Можно предположить, с чем связана такая активная эксплуатация межтекстового взаимодействия рекламистами-практиками:

1. Экономия дорогого рекламного времени: использование известных образов, сюжетов вызывает необходимые ассоциации, не требуя долгого объяснения концепции.

2. Эмоциональный резонанс: отсылки к культовым песням, фильмам, мемам, историческим событиям и т.п. вызывают радость узнавания, что обеспечивает положительные эмоции и продвигаемому продукту.

3. Мнемонический потенциал: пародирование или переосмысление знакомых сюжетов делает рекламу привлекательной и запоминающейся.

4. Укрепление бренда: связь с престижными и популярными культурными явлениями может отразиться на восприятии продукта и его статусе. Интертекстуальность в рекламе – это диалог с культурной памятью аудитории, при этом бренд становится частью общего «культурного кода».

В частности, активно используются в качестве прототекстов старые песни, которые часто несут в себе культурную память поколений, могут вызвать приятные эмоции и ностальгию, вовлечь аудиторию в своего рода интеллектуальную игру: в 2016 году Бургер Кинг выпустил рекламу на основе песни «Ландыши», в 2024 году Озон использовал в качестве прототекста песню «Теряют люди друг друга». Современные композиции также достаточно часто выступают рекламными претекстами. В качестве примеров можно назвать трек Raffaella Carrà – Pedro: рекламное видео с енотом под эту музыку «завирусилось» в 2024 году, тогда же была выпущена реклама Авито, где слово *Pedro* заменено на *Авито*, при этом видеоряд мема почти полностью сохранен для узнавания его зрителями⁶. На волне популярности флешмоба Satisfaction в 2018 году Билайн выпустил рекламу *Гиги за шаги* – с ритмом и мелодией Satis-

⁶ Доступно по: <https://www.youtube.com/watch?v=eNBIZCgFPIs>. Ссылка активна на 10.05.2025. Available at: <https://www.youtube.com/watch?v=eNBIZCgFPIs>. Accessed May 10, 2025.

faction⁷. В 2023 году стала популярной и использовалась как основа для мемов песни «Капибара» (автор Сто-личный Она-нас). В 2024 году эту песню использовала «Лига Ставок» для своего рекламного ролика: в кадре появляется капибара, а весь текст состоит из названия бренда⁸. Очевидно, что у рекламных сообщений, базирующихся на актуальных музыкальных прототекстах, есть ряд преимуществ: экономия на узнаваемости (готовый «культурный капитал» песни снижает затраты на создание имиджа с нуля; в потоке рекламы «трек-легенда» позволяет выделиться из стандартного информационного потока).

Заключение

Языковая игра в рекламном тексте предстает как полифункциональный феномен, выполняющий ряд значимых с точки зрения коммуникативной эффективности функций:

- 1) привлечение внимания: нестандартное использование слов, каламбуры, двусмысленность и т.п. выделяют рекламный текст в потоке информации;
- 2) запоминаемость: краткие, ритмичные, афористичные фразы с игрой слов легче удерживаются в памяти;
- 3) создание эмоциональной связи: юмор, ирония, позитивные ассоциации, афористичность вызывают у аудитории положительные эмоции, что формирует лояльность к бренду;
- 4) смысловая емкость: языковая игра, построенная, в частности, на многозначности и метафоричности, позволяет передать сложные, объемные идеи кратко;
- 5) формирование идентичности бренда: уникальные языковые приемы становятся частью идентичности компании, ее фирменным стилем (для ряда брендов коммуникация, построенная на языковой игре, является частью коммуникационной стратегии);
- 6) подчеркивание уникальности продукта, отстройка от конкурентов: языковая игра позволяет сделать акцент на дифференцирующей идее, выделить ключевой аспект позиционирования;
- 7) стимулирование вовлечения: двусмысленность, метафоричность, интертекстуальность побуждают аудиторию «расшифровать» послание, продлевая взаимодействие реципиента с рекламой;
- 8) экономия рекламного времени и пространства: благодаря языковой игре можно передать несколько смыслов в одной фразе.

Между тем, как и любой другой инструмент, языковая игра требует грамотного использования с учетом возможных рисков, среди которых назовем следующие:

- 1) непонимание аудиторией: слишком сложные, непрозрачные с точки зрения декодирования аллюзии, каламбуры, культурно-специфичные шутки и т.п. могут быть не поняты аудиторией;
- 2) нежелательные ассоциации: игра слов может провоцировать и непрогнозируемые рекламистом ассоциации и интерпретации;
- 3) эффект «вампиризма»: креатив может затмить суть рекламы, шутка, каламбур и т.п. может отвлечь внимание от основного рекламного сообщения;
- 4) ограниченная аудитория: молодежный сленг, мемы, узко прецедентные феномены могут быть непонятны определенной части аудитории, однако это же позволяет использовать языковую игру с делимитативной целью;
- 5) короткий срок актуальности в том случае, если языковая игра привязана к трендам или мемам.

Таким образом, языковая игра требует баланса между креативом и ясностью, неудачные эксперименты с языком могут привести к обратному эффекту: вместо запоминаемости – неоднозначность трактовки, вместо лояльности – раздражение из-за непонятного посыла.

⁷ Доступно по: <https://www.youtube.com/watch?v=2XInvZBykpY>. Ссылка активна на 10.05.2025. Available at: <https://www.youtube.com/watch?v=2XInvZBykpY>. Accessed May 10, 2025.

⁸ Доступно по: https://www.youtube.com/watch?v=Ybz_DnxK6cU. Ссылка активна на 10.05.2025. Available at: https://www.youtube.com/watch?v=Ybz_DnxK6cU. Accessed May 10, 2025.

Список литературы

1. Дурягин А.С. Современный креатив в маркетинге: новые подходы и тенденции. *Практический маркетинг*. 2023; 3 (309): 3-6. <https://doi.org/10.24412/2071-3762-2023-3309-3-6>.
2. Ноткин И.М. Влияние креатива на эффективность рекламных кампаний. *Практический маркетинг*. 2023; 12 (318): 46-51. <https://doi.org/10.24412/2071-3762-2023-12318-46-51>.
3. Терских М.В. Интертекстуальность как инструмент создания креативной рекламы. *Научный диалог*. 2019; 10: 232-248. <https://doi.org/10.24224/2227-1295-2019-10-232-248>.
4. Ткаченко О.Н., Краснаярова Д.К. Креативная основа визуальной коммуникации. *Омский научный вестник*. 2013; 5 (122): 265-267. Доступно по: <https://cyberleninka.ru/article/n/kreativnaya-osnova-vizualnoy-kommunikatsii>. Ссылка активна на 10.05.2025.
5. Карчаа Л.Р. Образы рекламы: визуализация и стиль. *Ярославский педагогический вестник*. 2017; 5: 392-396. Доступно по: <https://cyberleninka.ru/article/n/obrazy-reklamy-vizualizatsiya-i-stil>. Ссылка активна на 10.05.2025.
6. Пономарева А.М., Шевцова О.Н. Креативные неймы как синтез стратегических содержательных элементов и техник имяобразования. *Знак: проблемное поле медиаобразования*. 2025; 1 (55): 106-113. <https://doi.org/10.47475/2070-0695-2025-55-1-106-113>.
7. Александрова Е.М. Развитие лингвистической креативности: техники формирования идей. *Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация*. 2021; 2: 6-14. <https://doi.org/10.17308/lic.2021.2/3410>.
8. Гридина Т.А. Языковая игра в художественном тексте: монография. Екатеринбург, 2008. Доступно по: <http://elar.uspu.ru/handle/uspu/5982>. Ссылка активна на 10.05.2025.
9. Чэнь Няцзу. Языковая игра как средство формирования лексических навыков у студентов-инофонов. *Филология и культура*. 2020; 4: 184-188. <https://doi.org/10.26907/2074-0239-2020-62-4-184-188>.
10. Санников В.З. Русский язык в зеркале языковой игры. М.: Языки русской культуры, 2002. Доступно по: <https://www.klex.ru/10ye>. Ссылка активна на 10.05.2025.
11. Кузница Е.С. Языковая игра как средство создания и функционирования рекламного текста. *Вестник Московского государственного областного университета*. 2021; 2. <https://doi.org/10.18384/2224-0209-2021-2-1063>.
12. Цонева Л.М. Языковая игра и ее изучение. *Медиалингвистика*. 2014; 1: 101-108. Доступно по: <https://medialing.ru/yaz-kovaya-igra-i-ee-izuchenie>. Ссылка активна на 10.05.2025.
13. Nianzu Ch., Ageeva Yu.V., Li Yi. Advertising as a platform for language game. *Revista. Entre Linguas*. 2021; 7 (1): 12-21. <https://doi.org/10.29051/el.v7iEsp1.14854>.
14. Bazanova A.E., Hamid Musa M.A. Language Game in Advertising and Its Impact on Consumers. *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*. 2024; 15 (3): 963-973. <https://doi.org/10.22363/2313-2299-2024-15-3-963-973>.
15. Гридина Т.А. Речезанровый потенциал языковой игры в художественной литературе для детей. *Филологический класс*. 2020; 25 (1): 73-85. Доступно по: <https://cyberleninka.ru/article/n/rechezhanrovyy-potentsial-yazykovoy-igry-v-hudozhestvennoy-literature-dlya-detey>. Ссылка активна на 10.05.2025.
16. Куранова Т.П. Функции языковой игры в медиаконтексте. *Ярославский педагогический вестник*. 2010; 1 (4): 272-277. Доступно по: https://vestnik.yspu.org/releases/2010_4g/56.pdf. Ссылка активна на 10.05.2025.

References

1. Duryagin AS. Modern creative in marketing: new approaches and trends. *Practical marketing*. 2023; 3 (309): 3-6. <https://doi.org/10.24412/2071-3762-2023-3309-3-6>. (In Russ.).
2. Notkin IM. The influence of creativity on the effectiveness of advertising campaigns. *Practical Marketing*. 2023; 12 (318): 46-51. <https://doi.org/10.24412/2071-3762-2023-12318-46-51>. (In Russ.).
3. Tersikh MV. Intertextuality as a tool for creating creative advertising. *Scientific dialogue*. 2019; 10: 232-248. <https://doi.org/10.24224/2227-1295-2019-10-232-248>. (In Russ.).
4. Tkachenko ON, Krasnoyarova DK. Creative basis of visual communication. *Omsk Scientific Bulletin*. 2013; 5 (122): 265-267. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/kreativnaya-osnova-vizualnoy-kommunikatsii>. Accessed May 10, 2025. (In Russ.).

5. Karchaa LR. Advertising Imagery: Visualization and Style. *Yaroslavl Pedagogical Bulletin*. 2017; 5: 392-396. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/obrazy-reklamy-vizualizatsiya-i-stil>. Accessed May 10, 2025. (In Russ.).
6. Ponomareva AM, Shevtsova ON. Creative names as a synthesis of strategic meaningful elements and name formation techniques. *Sign: The problematic field of media education*. 2025; 1 (55): 106-113. <https://doi.org/10.47475/2070-0695-2025-55-1-106-113>. (In Russ.).
7. Alexandrova EM. Development of linguistic creativity: techniques for forming ideas. *Bulletin of Voronezh State University. Series: Linguistics and intercultural communication*. 2021; 2: 6-14. <https://doi.org/10.17308/lic.2021.2/3410>. (In Russ.).
8. Gridina TA. Language game in a literary text: a monograph. Yekaterinburg, 2008. Available at: <http://elar.uspu.ru/handle/uspu/5982>. Accessed May 10, 2025. (In Russ.).
9. Chen Nianzu. Language game as a means of forming lexical skills in foreign students. *Philology and culture*. 2020; 4: 184-188. <https://doi.org/10.26907/2074-0239-2020-62-4-184-188>. Accessed May 10, 2025. (In Russ.).
10. Sannikov VZ. Russian in the mirror of the language game. M.: Languages of Russian culture, 2002. Available at: <https://www.klex.ru/10ye>. Accessed May 10, 2025. (In Russ.).
11. Kuznitsina ES. Language game as a means of creating and functioning advertising text. *Bulletin of the Moscow State Regional University*. 2021; 2. <https://doi.org/10.18384/2224-0209-2021-2-1063>. (In Russ.).
12. Tsoneva LM. Language game and its study. *Media linguistics*. 2014; 1: 101-108. Available at: <https://medialing.ru/yaz-kovaya-igra-i-ee-izuchenie>. Accessed May 10, 2025. (In Russ.).
13. Nianzu Ch, Ageeva YuV, Li Yi. Advertising as a platform for language game. *Revista. Entre Linguas*. 2021; 7 (1): 12-21. <https://doi.org/10.29051/el.v7iEsp1.14854>.
14. Bazanova AE, Hamid Musa MA. Language Game in Advertising and Its Impact on Consumers. *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*. 2024; 15 (3): 963-973. <https://doi.org/10.22363/2313-2299-2024-15-3-963-973>.
15. Gridina TA. The speech-genre potential of language game in children's fiction. *Philological class*. 2020; 25 (1): 73-85. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/rechezhanrovyy-potentsial-yazykovoy-igry-v-hudozhestvennoy-literature-dlya-detey>. Accessed May 10, 2025. (In Russ.).
16. Kuranova TP. Language game functions in media context. *Yaroslavl Pedagogical Bulletin*. 2010; 1 (4): 272-277. Available at: https://vestnik.yspu.org/releases/2010_4g/56.pdf. Accessed May 10, 2025. (In Russ.).

История статьи:

Получена: 28.03.2025

Принята: 21.04.2025

Опубликована онлайн: 25.06.2025

Article history:

Received: 28.03.2025

Accepted: 21.04.2025

Published online: 25.06.2025

Сведения об авторах:

Терских Марина Викторовна, кандидат филологических наук, доцент кафедры теоретической и прикладной лингвистики, Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского; Омск, Российская Федерация; e-mail: terskihm@mail.ru.

Зайцева Ольга Анатольевна, кандидат филологических наук, доцент кафедры теоретической и прикладной лингвистики, Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского; Омск, Российская Федерация; e-mail: o.a.plotnikova@rambler.ru.

Bionotes:

Marina V. Terskikh, PhD (Philology), Associate Professor of the Department of Theoretical and Applied Linguistics, Dostoevsky Omsk State University; Omsk, Russian Federation; e-mail: *terskihm@mail.ru*.

Olga A. Zaytseva, PhD (Philology), Associate Professor of the Department of Theoretical and Applied Linguistics, Dostoevsky Omsk State University; Omsk, Russian Federation; e-mail: *o.a.plotnikova@rambler.ru*.



Статья опубликована на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0 International (CC-BY 4.0).

This is an open access article distributed under the terms of Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC-BY 4.0)

ИССЛЕДОВАНИЕ ЛИНГВОКРЕАТИВНОСТИ В СОПОСТАВИТЕЛЬНОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИИ И ПЕРЕВОДОВЕДЕНИИ

LINGUISTIC CREATIVITY IN COMPARATIVE CULTURE AND TRANSLATION STUDIES

Оригинальная статья

УДК 81-112.2 + 81`255.2 + 347.78.034

<https://doi.org/10.29025/2079-6021-2025-2-146-156>

Межъязыковая адаптация
в контексте лингвокреативности художественного перевода

И.Д. Волкова

Волгоградский государственный университет;

400062, Российская Федерация, Волгоград,

проспект Университетский, 100;

ORCID ID: 0000-0002-5718-9479;

Scopus Author ID: 57194236576;

Web of Science Researcher ID: B-6046-2019;

SPIN-код: 2016-1440

e-mail: idvolkova@volsu.ru

Аннотация: Данная статья посвящена рассмотрению существующих в истории перевода примеров вольного обращения с оригинальными текстами, в качестве основного мотива которого можно отметить намерение переводчика присвоить произведение, стать его соавтором и встроить в контекст принимающей культуры. Целью настоящего исследования является рассмотрение межъязыковой адаптации иностранных произведений как фактора выполнения вольного перевода. Актуальность исследования объясняется тем фактом, что проблемы многофакторной детерминации вольного перевода являются малоизученными в диахронической перспективе и требуют, в частности, рассмотрения в том числе и субъективных факторов адаптации художественных произведений при переводе. Материал исследо-

вания представлен описанными в истории перевода примерами художественных и специальных текстов, которые были изложены на языке перевода с внесением значительных изменений, позволяющих говорить о присвоении оригиналов переводчиками, зачастую приводившем к утрате оригинального авторства. Изучение метапереводческих комментариев в рамках данного исследования также служит доказательной базой основных положений исследования. Методология исследования представлена такими общенаучными методами, как наблюдение и описание, позволяющими составить характеристику одного из направлений вольного перевода. Интерпретативный метод используется для изучения и выявления общих закономерностей межъязыковой адаптации иностранных произведений в диахроническом аспекте. В исследовании также используется индуктивный метод, позволяющий объединить существующие в истории перевода примеры вольных переводов, отмеченных специфическими особенностями, в отдельную группу. В ходе исследования установлены экстралингвистические предпосылки и отличительные признаки межъязыковой адаптации оригинальных текстов в процессе перевода.

Ключевые слова: вольный перевод, межъязыковая адаптация, оригинальный текст, текст перевода, культурный перенос, художественный текст.

Для цитирования: Волкова И.Д. Межъязыковая адаптация в контексте лингвокреативности художественного перевода. *Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики*. 2025. № 2. С. 146–156. <https://doi.org/10.29025/2079-6021-2025-2-146-156>.

Original Paper

<https://doi.org/10.29025/2079-6021-2025-2-146-156>

Interlingual Adaptation in the Context of Literary Translation Linguacreativity

Irina D. Volkova

*Volgograd State University;
100 Universitetsky Ave., Volgograd,
Russian Federation, 400062;
ORCID ID: 0000-0002-5718-9479;
Scopus Author ID: 57194236576;
Web of Science Researcher ID: B-6046-2019;
SPIN-code: 816401;
e-mail: idvolkova@volsu.ru*

Abstract: This article studies the examples of free rendering of original texts described in the history of translation. The main motive of such rendering can be noted as the intention of a translator to appropriate the work, to become its co-author and integrate it into the target culture. The aim of this study is to consider the interlingual adaptation of foreign works as a factor of performing free translation. The relevance of the study is due to the fact that the problems of multifactorial determination of free translation are poorly studied in the diachronic perspective and require, in particular, consideration of subjective factors of fiction adaptation in the process of translation. An empirical basis for the study is represented with examples of literary and special texts described in the history of translation, which were rendered in the target language with significant changes. The study of meta translation comments within the framework of this study also serves as an evidence base for the main provisions of the study. The research methodology is represented by such general scientific methods as observation and description, which allow us to characterize one of the areas of free translation. The interpretive method is used to study and identify general patterns of interlingual adaptation of foreign works in the diachronic aspect. The study has been carried out with the use of an inductive method, which allows combining existing examples of free translations in the history of translation, marked by specific features, into a separate group. The conducted research has allowed us to point out the extralinguistic prerequisites and distinctive features of interlingual adaptation of original texts in the process of translation.

Keywords: free translation, interlingual adaptation, original text, translation text, cultural transfer, fiction text.

For citation: Volkova I.D. Interlingual adaptation in the context of literary translation linguacreativity. *Current Issues in Philology and Pedagogical Linguistics*. 2025, no 2, pp. 146–156. <https://doi.org/10.29025/2079-6021-2025-2-146-156>(In Russ.).

Введение

С момента зарождения переводческой деятельности перед переводчиками как посредниками между языками, культурами, народами стояла проблема выбора: создать текст, соответствующий вкусам, уровню знаний, потребностям читателя, либо сохранить «иностранность» оригинального произведения; изложить переводной текст в наиболее доступной и понятной для читателя форме, либо строго следовать оригиналу, не заботясь о прагматике перевода. Переводчики выбирали тот или иной подход в зависимости от ряда факторов, преобладающих на каждом этапе развития переводческой мысли, и предпринимали попытки осмыслить собственные переводческие решения и предпочтения в виде своеобразных принципов перевода, которые зачастую указывались в метапереводческих материалах. Несмотря на тот факт, что подобные принципы не отвечали современным требованиям научности и не складывались в последовательные теоретические концепции, они безусловно представляют большой интерес для диachронического исследования переводческой деятельности.

Понятие вольного перевода подразумевает проявление свободы воли переводчика при передаче оригинального текста, его стремление что-то изменить, исправить, написать по-своему. Подобное проявление является закономерным явлением, учитывая творческий характер переводческой деятельности, преобладание художественных переводов в истории письменного перевода, любительский нерегламентированный характер данного ремесла в предшествующие века, отсутствие четких правил и принципов перевода. На фоне указанных экстралингвистических факторов осуществления переводческой деятельности вольности переводчика в обращении с оригиналом зачастую доходили до создания нового текста на основе оригинала и в некоторых случаях до утраты связи между двумя текстами. Примеры переводческих вольностей, обусловленных желанием переводчика выступить соавтором произведения и присвоить оригинал, можно найти на каждом из этапов развития переводческой деятельности. Целью настоящего исследования является рассмотрение межъязыковой адаптации иностранных произведений как фактора выполнения вольного перевода. Актуальность исследования объясняется тем фактом, что проблемы многофакторной детерминации вольного перевода являются малоизученными в диachронической перспективе и требуют, в частности, рассмотрения в том числе и субъективных факторов адаптации художественных произведений при переводе.

Методы исследования

Методология исследования представлена такими общенаучными методами, как наблюдение и описание, позволяющими составить характеристику одного из направлений вольного перевода. Интерпретативный метод используется для изучения и выявления общих закономерностей межъязыковой адаптации иностранных произведений в диachроническом аспекте. В исследовании также используется индуктивный метод, позволяющий объединить существующие в истории перевода примеры вольных переводов, отмеченных специфическими особенностями, в отдельную группу. Анализ словарных дефиниций используется для уточнения значений понятий, употребляемых в различных исследованиях для описания процесса межъязыковой адаптации. Анализ литературных источников и описательный метод позволяют выявить примеры художественных и специальных текстов, которые были изложены на языке перевода с внесением значительных изменений, позволяющих говорить о присвоении оригиналов переводчиками, зачастую приводившем к утрате оригинального авторства. Изучение метапереводческих комментариев в рамках данного исследования также служит доказательной базой основных положений исследования.

Обзор литературы

Понятие адаптации, как одно из самых распространенных в переводоведении и одновременно самых объемных по возможным контекстам употребления в силу своей коммуникативно-функциональной природы, выступает общим смысловым элементом многочисленных терминов, многие из которых на сегодняшний день не находят широкого употребления, но являются важной составляющей истории

переводоведения. Одним из таких терминов является «апроприация». Данный термин, определяемый в толковых словарях как ‘присвоение, завладение, приспособление’¹, начал использоваться в теории перевода относительно недавно – в начале XXI века. Термин «апроприация» оказывается взаимосвязанным с такими традиционными лингвистическими понятиями, как ассимиляция, интертекстуальность, интердискурсивность, мультикультурализм, и в контексте переводческой деятельности обозначает значительную трансформацию оригинального авторского текста с целью его встраивания в принимающую культуру.

По мнению ряда исследователей, феномен апроприации применительно к достижениям культуры, включая национальную литературу, рассматривается как отрицательное явление, отражающее процесс отчуждения произведения от его автора [1; 2; 3; 4; 5]. Схожим по значению термином является также «культурный перенос», или «культурный трансфер», который по мнению французского социолога и лингвиста Анри Лефевра (фр. Henri Lefebvre; 1901-1991 гг.) характеризует перевод художественной литературы вплоть до XX в. Обозначая принцип культурного переноса понятием «традукция», А. Лефевр считает его важным средством формирования принимающей культуры [6]. «Культурная апроприация» (‘cultural appropriation’) определяется в словаре Oxford Learner’s Dictionary как «неуважительное использование обычаев и традиций иной культуры» (перевод наш. – И.Д.) [7].

В данном контексте следует также упомянуть понятие «переводческий волюнтаризм», которое использует О.В. Новицкая для обозначения интенции переводчика существенно изменить текст перевода по каким-либо причинам [8: 152]. В контексте межъязыковой адаптации указанные понятия применительны к случаям значительного преобразования оригинала, при котором статус и национально-культурная принадлежность исходного текста и его автора могут ставиться под сомнение. Рассмотрим проявления данного феномена в истории перевода.

Результаты и обсуждение

Практика перевода в Древнем Риме традиционно считается первоочередной вехой в развитии вольного перевода. Согласно утверждению Марка Фабия Квинтилиана (42–118 н.э.), перевод должен представлять собой не просто переложение оригинала, но и состязаться с ним [9: 35]. Подобное состязание переводчика с автором приводило к созданию на основе оригиналов новых произведений, и вопрос о том, можно ли рассматривать оригинальные тексты и их интерпретации в качестве исходных и переводных текстов, является спорным. Известный советский и российский литературовед и переводчик М.Л. Гаспаров в одном из своих трудов подробно рассмотрел художественные обработки традиционных фольклорных сюжетов басен, выполненные римскими поэтами [10]. Например, римский поэт Федр (ок. 20 до н. э. – ок. 50 н. э.) передал в поэтической форме содержание греческих «Басен Эзопа», дополнив их самостоятельными произведениями. Римский поэт-баснописец начала V века Авиан также осуществил стихотворную передачу басен, написанных в прозе древнегреческим поэтом Бабрием (I–II вв. н.э.).

Преемником переводческих традиций древних римлян стала средневековая Европа. В своей работе “Early Translation Theories” («Ранние теории перевода») Ф.Р. Амос отмечает, что в средневековый период вплоть до XVI века английские переводчики сильно отклонялись от источника, и в основе «переводных» произведений зачастую оказывались сразу несколько оригиналов, написанных на других языках (данные источники могли являться как оригиналами, так и переводами переводов), а иногда и просто услышанная история, при этом английский автор, изложивший на своем языке французский роман, мог назвать такое произведение «своей историей» (“my tale”) [11: 6-7]. По словам исследователя, использование самого термина «перевод» в Англии в XVI в. было достаточно свободным: не было четкой дифференциации между словами «сочинение», «компиляция», «перевод», и они использовались взаимозаменяемо [11: 7]. По мнению израильского лингвиста Г. Тури, подобная подмена понятий была во многом обусловлена желанием переводчика утвердить свой статус писателя, поскольку к переводам относились более толерантно, чем к оригинальному творчеству, за неудачи перцепции произведения читателями отвечал не переводчик, а несуществующий автор оригинала [12: 41].

Для истории вольного перевода представляет интерес латинское произведение уэльского священника Гальфрида Монмутского (ок. 1100–1154 гг.) «История бриттов», которое, по словам Нелюбина,

¹ Большой толковый словарь русского языка. Доступно по: <https://gramota.ru/meta/apropriatsiya>. Ссылка активна на: 02.03.2025.

является примером «переводческой мистификации» [9: 63], т.е. создания вторичного текста на основе сюжетов нескольких произведений предшественников, своего рода переработка одного или нескольких оригиналов со значительными авторскими дополнениями и изменениями. В рамках данного подхода создавал свои переводы-переработки с французского, латинского и итальянского языков «отец английской поэзии», один из основоположников английской национальной литературы *Джеффри Чосер* (англ. *Geoffrey Chaucer*; ок. 1340–1400 гг.), а также английский поэт и переводчик Джон Лидгейт (1370–1451 гг.).

Как утверждает Г. Тури, исследование средневековых европейских переводов во многих случаях проводилось при отсутствии исходных текстов, но с предположением, что таковые должны существовать, или при наличии нескольких кандидатов на роль оригинала, включая возможность компилятивного источника [12: 34]. В истории средневекового перевода в Германии (XII–XIII вв.) отмечается схожая тенденция создания новых немецких произведений на основе французских романов, таких как «Песнь о Роланде» Туробльда, «Роман о Трое» Бенуа де Сент-Мора, «Ивейн» и «Персеваль, или Повесть о Граале» Кретьена де Труа и других произведений. К примеру, один из крупнейших эпических поэтов немецкого Средневековья Вольфрам фон Эшенбах (1170–1220 гг.) создал рыцарский роман в стихах «Парцифаль», который считается переработкой романа «Персеваль, или Повесть о Граале» французского писателя Кретьена де Труа, поскольку в «переводе» наблюдаются значительные расхождения с оригиналом. Подобные случаи «переделок» и «псевдопереводов» уже были упомянуты в описании римской переводческой традиции, которая, как показывает пример произведения «История бриттов» и других трудов, получила развитие и в эпоху позднего средневековья (XII–XV вв.). В подобных примерах вторичные произведения создаются «по мотивам» исходного текста. По мнению И.Н. Филипповой, формулировка «по мотивам» искажает суть исходного текста и его авторства и стирает национальную идентичность [13].

В эпоху Возрождения аналогичные идеи высказывал испанский гуманист Хуан Луис Вивесу (Joan Lluís Vives; 1492–1540 гг.), приверженец подражания в переводе, который призывал переводчика «сопоставляться с оригиналом и стремиться превзойти автора в красноречии» [14: 46]. Примечательно в данном контексте упомянуть метафору французского поэта Жоашёна дю Беллэ (фр. *Joachim Du Bellay*, ок. 1522–1560 гг.), автора известного трактата «Защита и прославление французского языка» (“*La défense et l’illustration de la langue françoise*”), который «призывает поэтов поступать так же, как римляне поступали с греческими авторами: поглощать их и хорошо переваривать» [цит. по: 15: 210].

Некоторые переводчики оставляли комментарии относительно выполненных переводов, которые дают представление о выбранном способе перевода. Например, английский поэт Томас Челонер (англ. *Thomas Chaloner*, 1521–1565 гг.) в своем комментарии к переводу эссе Эразма Роттердамского «Похвала глупости» (англ. “*In Praise of Folly*”) с латинского на английский написал о своем подходе следующее: «я выбираю быть едва ли верным переводчиком и не утруждаю себя переводить слово в слово» [цит. по 12: 61]. Английский историк и переводчик Ричард Ноллс (англ. *Richard Knolles*, 1545–1610 гг.), работавший над созданием англоязычной версии трактата Жана Бодена “*Les six livres de la République*” (русс. «Шесть книг о государстве»), также описывает переводческий процесс как «стремление сохранить смысл, а не следовать строгим правилам хорошего переводчика, сохраняя каждое слово» [цит. по 11: 61].

Вольным также считается перевод романа Франсуа Рабле «Гаргантюа и Пантагрюэль» с французского на немецкий, выполненный известным немецким сатириком переходного периода между эпохами Возрождения и Реформации Иоганном Фишартом (нем. *Johann Fischart*, 1546–1590 гг.). Сохранив ключевые сюжетные линии, переводчик втрое увеличил объем оригинального произведения и придал ему немецкий колорит.

Ф.Р. Амос отмечает, что несмотря на мнения писателей и переводчиков Возрождения о необходимости создавать «достаточно верные» переводы, комментарии большей части переводчиков, которыми они сопровождали свои переводы, свидетельствуют о несоблюдении данного принципа, и число вольных переводов (англ. “*careless freedom in translation*” – «небрежная свобода в переводе») значительно превышает число точных и верных [11: 61]. С одной стороны, переводчик мог надлежащим образом приписать произведение его автору и взять на себя обязательство воспроизвести его содержание во всей полноте, но, с другой стороны, переводчик мог не принимать во внимание автора первоисточника, добавлять или опускать сведения, поскольку он руководствовался, по-видимому, только мерой

собственных сил или представлением о том, что было бы наиболее приятным или поучительным для его читателей.

В эпоху классицизма помимо перевода художественной литературы в Англии значимое место занимал перевод научных трудов по астрономии, математике, медицине, архитектуре, естествознанию, философии с европейских языков (итальянского, голландского, немецкого, французского, датского, португальского и др.), что было связано с деятельностью Королевского общества Великобритании (англ. Royal Society), учрежденного в Лондоне в 1660 году. Ф. Хендерсон отмечает, что большое влияние на практику перевода научных работ оказывали взгляды поэтов и авторитетных переводчиков художественной литературы, о которых уже говорилось выше, – членов Королевского общества Дж. Драйдена, А. Каули и Дж. Денхэма [16: 104]. Исследователь подчеркивает, что единственным источником сведений о технологии перевода научной литературы являются предисловия к опубликованным переводам, в которых зачастую указывались причины, по которым переводчик решил выполнить перевод конкретного текста на английский язык; утверждения об авторитетности оригинала и/или перевода; описание метода перевода и уведомление читателей об изменениях в оригинале (опущения, добавления и др.). Большинство переводчиков Королевского общества (Martin Lister, Joseph Moxon, Christopher Merrett, Thomas Brancker, John Pell и др.) вносили изменения в оригинальные тексты – от незначительных уточнений до подробного объяснения материала и дополнительных наблюдений, основанных на собственном опыте, при этом «дополнительный материал, включая списки терминов, таблицы, комментарии, не всегда включался в основной текст, но зачастую выделялся в отдельный раздел» [16: 114].

Одним из наиболее ярких примеров является перевод труда швейцарского ученого-математика Иоганна Рана «Немецкая алгебра» (ориг. “Teutsche algebra”, 1659), выполненный математиками Томасом Бранкером и Джоном Пеллом и опубликованный под названием “*An introduction to algebra, translated out of the High-Dutch into English, Much altered and augmented by Doctor John Pell*” [17]. Как следует из названия (much altered and augmented – сильно измененный и улучшенный), перевод трактата является вольным. Другим примером является перевод труда голландского натуралиста Яна Сваммердама «Эфемерная жизнь» (ориг. Ephemerī Vita, 1675 г.), выполненный переводчиком Фрэнсисом Лодвиком. В предисловии к переводу указано, что оригинал превосходит перевод по объёму на 420 страниц из-за многочисленных «благочестивых размышлений и поэзии автора о различных случайностях жизни», которые переводчик счёл необходимым исключить из перевода [цит. по 16: 114]. Таким образом, несмотря на очевидность требования точного перевода научных текстов, далеко не все переводчики придерживались данного требования. Многие ориентировались на принципы перевода, господствовавшие в мире художественной литературы.

Несмотря на многовековую трансформацию переводческой практики и постепенно увеличивающееся количество теоретических работ, указанная проблема видоизменения и приспособления оригинала находит отражение и на более поздних этапах развития переводческого искусства. Е.В. Гарусова утверждает, что литературная деятельность большинства русских писателей и поэтов XVIII в., как правило, начиналась с перевода, поскольку «произведение авторитетного зарубежного автора в переводе легче входило в культуру, чем собственное сочинение» [18: 151]. При этом формирование русской литературы, осуществлялось в том числе через переводы, заимствование сюжетов зарубежных произведений. В своем исследовании ассимиляции романа Дж. Свифта «Путешествие Гулливера» в русской среде в XVIII–XIX вв. Л.Ю. Макарова отмечает, что в XVIII веке английская литература переводилась на русский язык с французского или немецкого языков, которые обладали статусом языков международного общения [19: 111].

Культурный перенос зачастую осуществлялся путем заимствования в процессе вольного перевода жанров, способов текстопостроения, архетипов, вносил вклад в формирование и развитие собственной культуры, зачастую без ссылки на авторов оригинала. Ярким примером заимствования сюжетов и архетипов является культурный перенос сказок немецких языковедов Вильгельма и Якоба Гримм (Wilhelm, Jacob Grimm), выполненный А.С. Пушкиным. В частности, речь идёт о сказках «Сказка о рыбаке и рыбке» (1833 г.) и «Сказка о мертвой царевне» (1833 г.), сюжеты которых в значительной степени схожи с немецкими сказками «О рыбаке и его жене» (1812 г.) и «Белоснежка» (1812 г.), соответственно. Изложенные в стихах на русский манер и характеризующиеся поэтическим стилем переводчика, данные произведения стали важными литературными элементами принимающей культуры.

Автор одной из версий перевода «Алисы в стране чудес» Н.М. Демурова (1963 г.), анализируя вольный перевод данной сказки, выполненный ранее В.Н. Набоковым (1923 г.), указывает, что русификация, заключающаяся в адаптации имен, реалий, сюжетных линий в данном случае вполне закономерна, поскольку «в начале своего становления русская переводческая школа зачастую шла путем приспособления иностранных текстов к русской культуре» [20], что также согласуется с вышеупомянутой в отношении русских переводов XVIII века концепцией культурного переноса.

Вплоть до XIX в. в европейских культурах автор и переводчик обладали одинаковым статусом, а официальная фиксированность текста перевода как вторичного была провозглашена в 1886 г. Бернской конвенцией об охране литературных и художественных произведений [21: 370]. В СССР данный процесс был отсрочен «железным занавесом», и примерно до середины XX века освоение зарубежных шедевров, в том числе в трансформированном виде, активно практиковалось советскими переводчиками. И.С. Алексеева обращает внимание на тот факт, что «приобретение авторских прав на перевод зарубежных произведений считалось буржуазным предрассудком» [22: 108]. Несмотря на данные прогрессивные изменения, практика адаптации произведений отмечена и во второй половине XX века. Например, поэтический сборник канадского поэта Жака Брولта (Jacques Brault, 1933–2022) под названием “*Poèmes des quatre côtés*” (1975 г.) включает в себя переводные тексты, которые, однако, не содержат прямых указаний на оригинальные произведения. В комментариях переводчик акцентирует внимание на креативной составляющей, одинаково характерной как для оригинального творчества, так и для перевода, и отмечает, что его переводы созданы по мотивам произведений английских поэтов. Подобная замена имен конкретных авторов подчеркивает хрупкость отношений между произведением и его создателем и является, по мнению А. Бриссет, попыткой самоутверждения [23].

В целом, можно отметить, что на сегодняшний день проблема культурного переноса в области перевода не является распространенной ввиду строгой фиксации авторского права на литературные произведения. Переводческая деятельность характеризуется массовым институциональным характером, и существующие примеры адаптации произведений связаны уже не с деятельностью отдельных переводчиков и их желанием «состязаться» с автором, а с прагматическими установками организаций и институтов. В качестве примера можно привести интерсемиотический перевод поэмы А.С. Пушкина «Руслан и Людмила», реализованный в форме киноадаптации. Украинский анимационный фильм «Руслан и Людмила: перезагрузка» представляет собой экспорт произведения, созданного «по мотивам одноимённой поэмы-сказки Александра Пушкина», однако проведенный И.Н. Филипповой анализ показал, что вербальные характеристики кинотекста не только не связаны с аутентичным русскоязычным текстом, но и в значительной степени искажают его, тем самым отчуждая произведение от его автора, что, по мнению исследователя, свидетельствует об использовании «волюнтаристической стратегии искажения литературного произведения» [13].

Подобный пример описан арабским исследователем Б. Бадауи в статье “Translation between Untranslatability and Appropriation”. Автор подробно рассматривает характеристики «переделки» классического американского фильма “Casablanca” (1942 г.) марокканским кинорежиссёром А. Лагтаа, в результате чего фильм получил название “Hubb fi al-Dar al-Baida” (1991 г.), а его сюжет был перестроен в соответствии с доминирующими культурными ценностями [24].

Заключение

Таким образом, межкультурная адаптация является субъективным фактором осуществления вольного перевода. В работах, посвященных исследованию исторических аспектов перевода, описано немало примеров вольных изложений оригинала, которые являлись намеренной попыткой переводчика присвоить произведение, состязаться с автором, ввести оригинал в собственную культуру. Переводческий волюнтаризм, который проявлялся как в выборе произведений для перевода, так и в определении наиболее подходящего изложения, реализовывался на практике в дополнениях, сокращениях, опущениях, изменении формы повествования. Уже в первые века нашей эры наметилась тенденция к созданию нового произведения на основе оригинала, что относится, в частности, к изложению греческих произведений римскими переводчиками. По имеющимся свидетельствам, подобная тенденция была обусловлена не только желанием переводчика выступить соавтором произведения, но являлась заданным образцом художественного перевода, своего рода традицией, о чём свидетельствует вышеупомянутый призыв Марка Квинтилиана, который являлся реформатором литературного стиля и знаменитым оратором высшего римского общества, «состязаться» с автором оригинала.

В области художественного перевода в диахронии отмечается тенденция к созданию переложений, переделок, различных переводческих мистификаций, и в целом к созданию в процессе перевода новых произведений на основе одного или нескольких текстов. Одной из причин данного феномена является использование переводчиком нескольких письменных источников одновременно или устных источников – изложение историй, услышанных или прочитанных на другом языке. Отсутствие четкой оппозиции между оригинальной и переводной литературой на протяжении столетий способствовало развитию практики присвоения оригинального иноязычного текста и во многих случаях приводило к отсутствию четкой связи между исходным текстом и текстом перевода. К отличительным признакам адаптации исходного текста следует отнести полную или частичную утрату авторства оригинала, в том числе с использованием фразы «по мотивам», а также внесение во вторичный текст значительных изменений (увеличение/уменьшение объема, опущение/добавление сюжетных линий, фрагментов, адаптация различных видов лексики).

В целом стоит отметить, что вольность в обращении с оригиналом в той или иной мере характерны для всех этапов развития практики перевода не только художественной, но и специальной литературы вплоть до XX века. Научные труды переводились учеными соответствующих областей знания подобно тому, как поэмы переводились поэтами, и данная позиция эксперта, специалиста влияла на способ передачи иностранного текста, зачастую связанный с включением в текст собственных комментариев. Переведенный текст приобретал двойное авторство – автор оригинала и переводчик.

Список литературы

1. Wolf M. Overinterpretation or appropriation? *Respublica Literaria*. 2020; 1 (1): 58–68. <https://doi.org/10.47850/RL.2020.1.1.58-68>.
2. Зыкова И.В. Интердискурсивные параметры лингвокреативности (на материале кинодискурса). *Критика и семиотика*. 2021; 2: 11–29.
3. Московчук Л.С. Культурная апроприация как этическая проблема в контексте сохранения культурного наследия. *Наследие веков*. 2022; 1: 54–62. <https://doi.org/10.36343/SB.2022.29.1.005>.
4. Себрюк А.Н. Лингвистическая дискриминация и лингвистическая апроприация как примеры феномена двойственного сознания в США. *Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация*. 2019; 1(17): 134–148. <https://doi.org/10.25205/1818-7935-2019-17-1-134-148>.
5. Щетинина Н.В. Истоки апроприации в современном искусстве: проблема репродуцирования и тиражирования в теории В. Беньямина. *Университетский научный журнал*. 2015; 14: 229–236.
6. Bassnett S., Lefevere A. *Constructing Cultures: Essays on Literary Translation*. Multilingual Matters Ltd., Clevedon; 1998.
7. Oxford Learner's Dictionary. Доступно по: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/cultural-appropriation>. Ссылка активна на 2.03.2025.
8. Новицкая О.В. Прагматическая адаптация в художественном переводе: цели, задачи, методы. *Вестник МГЛУ. Гуманитарные науки*. 2018; 1(789): 146–161. Доступно по: <https://cyberleninka.ru/article/n/pragmaticheskaya-adaptatsiya-v-hudozhestvennom-perevode-tseli-zadachi-metody>. Ссылка активна на 20.03.2025.
9. Нелюбин Л.Л., Хухуни Г.Т. *Наука о переводе (история и теория с древнейших времен до наших дней)*. Москва, Издательство «Флинта»; 2006.
10. Гаспаров М.Л. *Античная литературная басня*. Москва, Наука; 1971. Доступно по: <https://biblio.imli.ru/index.php/zarublitra/501-gasparov-ml-antichnaya-literaturnaya-basnaya-1971>. Ссылка активна на 20.03.2025.
11. Amos F.R. *Early Theories of Translation*. Доступно по: <http://ilts.ir/Content/ilts.ir/Page/142/ContentImage/Early%20Theories%20of%20Translation.pdf>. Ссылка активна на 2.03.2025.
12. Toury G. *Descriptive Translation Studies and Beyond*. Amsterdam: John Benjamins; 1995.
13. Филиппова И.Н. Апроприация как стратегия интерсемиотического перевода. *Российский социально-гуманитарный журнал*. 2023; 3. Доступно по: <https://cyberleninka.ru/article/n/apropriatsiya-kak-strategiya-intersemioticheskogo-perevoda>. Ссылка активна на 2.03.2025.
14. Ершова И.В. Испанские переложения Горация в XVI в. и ренессансная дискуссия о переводе. *VALLA*. 2017; 3 (10): 37–66.

15. Lindeman Y. Translation in the Renaissance: a Context and a Map. *Canadian Review of Comparative Literature*. 1981; 2(8): 204–216. Доступно по: <https://open.unive.it/hitrade/books/LindemanRenaissance.pdf>. Ссылка активна на 20.03.2025.
16. Henderson F. Faithful Interpreters? Translation Theory and Practice at the Early Royal Society. *Notes Rec. R. Soc.* 2013; 67: 101–122. <https://doi.org/10.1098/rsnr.2013.0017>.
17. Scriba Ch.J. John Pell's English edition of J. H. Rahn's *Teutsche Algebra*. For Dirk Struik. Reidel, Dordrecht; 1974.
18. Гарусова Е.В. «Буквализм» и «вольность» как основная переводческая оппозиция. *Вестник ВГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация*. 2007; 1: 149–153. Доступно по: <https://cyberleninka.ru/article/n/bukvalizm-i-volnost-kak-osnovnaya-perevodcheskaya-oppozitsiya>. Ссылка активна на 20.03.2025.
19. Макарова Л.Ю. Роман Джонатана Свифта «Путешествие Гулливера» в русской рецепции (последняя треть XVIII – начало XIX века). *Мировая литература в контексте культуры*. 2018: 108–117. Доступно по: <https://cyberleninka.ru/article/n/roman-dzhonatan-svifta-puteshestvie-gullivera-v-russkoy-retseptsii-poslednyaya-tret-xviii-nachalo-xix-veka>. Ссылка активна на 20.03.2025.
20. Кэрролл Л. Приключения Алисы в стране чудес (Пер. Н.М. Демуровой). М., Наука; 1991. Доступно по: https://www.lib.ru/CARROLL/carroll1_1.txt. Ссылка активна на 20.03.2025.
21. Прунч Э. Пути развития западного переводоведения. От языковой асимметрии к политической. М.: Р. Валент; 2015. Доступно по: <https://library.oapen.org/bitstream/id/18493da6-5f3d-4172-baa0-2ae8fca556d1/577790.pdf>. Ссылка активна на 20.03.2025.
22. Алексеева И.С. Введение в переводоведение. СПб.: Филологический факультет СПбГУ; М.: Академия; 2004. Доступно по: https://academia-moscow.ru/ftp_share/_books/fragments/fragment_18143.pdf/. Ссылка активна на 20.03.2025.
23. Brisset A. A Sociocritique of Translation: Theatre and Alterity in Quebec, 1968–1988. Toronto: University of Toronto Press; 1996. Доступно по: https://www.academia.edu/90477969/Annie_Brisset_A_Sociocritique_of_Translation_Theatre_and_Alterity_in_Quebec_1968_1988. Ссылка активна на 20.03.2025.
24. Badaoui B. Translation between Untranslatability and Appropriation. *International Journal of Linguistics and Translation Studies*. 2024; 3 (5): 264–272. <https://doi.org/10.36892/ijlts.v5i3.506>.

References

1. Wolf M. Overinterpretation or Appropriation? *Respublica Literaria*. 2020; 1 (1): 58–68. <https://doi.org/10.47850/RL.2020.1.1.58-68>.
2. Zyкова И.В. Интердискурсивные Параметры Лингвистической Креативности (на основе дискурса о фильме). *Criticism and Semiotics*. 2021; 2: 11–29. Available at: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=47125804>. Accessed March 20, 2025 (In Russ.).
3. Moskovchuk L.S. Cultural Appropriation as an Ethical Problem in the Context of Preserving Cultural Heritage. *Heritage of the Centuries*. 2022; 1: 54–62. <https://doi.org/10.36343/SB.2022.29.1.005>.
4. Sebyuk A.N. Linguistic Discrimination and Linguistic Appropriation as Examples of the Phenomenon of Dual Consciousness in the USA. *Vestnik NSU. Series: Linguistics and Intercultural Communication*. 2019; 1(17): 134–148. <https://doi.org/10.25205/1818-7935-2019-17-1-134-148>.
5. Shchetinina N.V. Origins of Appropriation in Contemporary Art: The Problem of Reproduction and Replication in the Theory of W. Benjamin. *University Scientific Journal*. 2015; 14: 229–236. (In Russ.).
6. Bassnett S, Lefevere A. *Constructing Cultures: Essays on Literary Translation*. Multilingual Matters Ltd., Clevedon; 1998.
7. Oxford Learner's Dictionary. Available at: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/cultural-appropriation>. Accessed March 2, 2025.
8. Novitskaya O.V. Pragmatic Adaptation in Literary Translation: Goals, Tasks, Methods. *Vestnik of Moscow State Linguistic University. Humanities*. 2018; 1(789): 146–161. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/pragmaticheskaya-adaptatsiya-v-hudozhestvennom-perevode-tseli-zadachi-metody>. Accessed March 20, 2025 (In Russ.).
9. Nelyubin L.L., Khukhuni G.T. *The Science of Translation (History and Theory from Ancient Times to the Present Day)*. Moscow: Flinta; 2006. (In Russ.).

10. Gasparov ML. Ancient Literary Fable. Moscow: Nauka; 1971. Available at: <https://biblio.imli.ru/index.php/zarublitra/501-gasparov-ml-antichnaya-literaturnaya-basnya-1971>. Accessed March 20, 2025 (In Russ.).
11. Amos FR. Early Theories of Translation. Available at: <http://ilts.ir/Content/ilts.ir/Page/142/ContentImage/Early%20Theories%20of%20Translation.pdf>. Accessed March 2, 2025.
12. Toury G. Descriptive Translation Studies and Beyond. Amsterdam: John Benjamins; 1995.
13. Filippova IN. Appropriation as a Strategy of Intersemiotic Translation. Russian Social and Humanitarian Journal. 2023; 3. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/apropriatsiya-kak-strategiya-intersemioticheskogo-perevoda>. Accessed March 20, 2025 (In Russ.).
14. Ershova IV. Spanish Translations of Horace in the 16th Century and the Renaissance Debate on Translation. VALLA. 2017; 3 (10): 37-66. (In Russ.).
15. Lindeman Y. Translation in the Renaissance: A Context and a Map. Canadian Review of Comparative Literature. 1981; 2(8): 204-216. Available at: <https://open.unive.it/hitrade/books/LindemanRenaissance.pdf>. Accessed March 20, 2025.
16. Henderson F. Faithful Interpreters? Translation Theory and Practice at the Early Royal Society. Notes Rec. R. Soc. 2013; 67: 101–122. <https://doi.org/10.1098/rsnr.2013.0017>.
17. Scriba ChJ. John Pell's English edition of J. H. Rahn's Teutsche Algebra. For Dirk Struik. Reidel, Dordrecht; 1974.
18. Garusova EV. "Literalism" and "Freedom" as the Main Translation Opposition. Proceedings of Voronezh State University. Series: Linguistics and Intercultural Communication. 2007; 1: 149-153. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/bukvalizm-i-volnost-kak-osnovnaya-perevodcheskaya-oppozitsiya>. Accessed March 20, 2025. (In Russ.).
19. Makarova LY. Jonathan Swift's Novel "Gulliver's Travels" in Russian Reception (last third of the 18th – early 19th century). World Literature in the Context of Culture. 2018: 108-117. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/roman-dzhonatana-svifta-puteshestvie-gullivera-v-russkoy-retseptsii-poslednyaya-tret-xviii-nachalo-xix-veka>. Accessed March 20, 2025 (In Russ.).
20. Carroll L. Alice's Adventures in Wonderland (Translated by N.M. Demurova). Moscow: Nauka; 1991. Available at: https://www.lib.ru/CARROLL/carroll_1.txt. Accessed March 20, 2025 (In Russ.).
21. Prunč E. Paths of Development of Western Translation Studies. From Linguistic Asymmetry to Political. Moscow: R. Valent; 2015. Available at: <https://library.oapen.org/bitstream/id/18493da6-5f3d-4172-baa0-2ae8fca556d1/577790.pdf>. Accessed March 20, 2025 (In Russ.).
22. Alekseeva IS. Introduction to Translation Studies. Saint Petersburg; Moscow: Akademiya; 2004. Available at: https://academia-moscow.ru/ftp_share/_books/fragments/fragment_18143.pdf/. Accessed March 20, 2025 (In Russ.).
23. Brisset A. A Sociocritique of Translation: Theatre and Alterity in Quebec, 1968-1988. Toronto: University of Toronto Press; 1996. Available at: https://www.academia.edu/90477969/Annie_Brisset_A_Sociocritique_of_Translation_Theatre_and_Alterity_in_Quebec_1968_1988. Accessed March 20, 2025.
24. Badaoui B. Translation between Untranslatability and Appropriation. International Journal of Linguistics and Translation Studies. 2024; 3 (5): 264-272. <https://doi.org/10.36892/ijlts.v5i3.506>.

История статьи:

Получена: 13.04.2025

Принята: 27.04.2025

Опубликована онлайн: 25.06.2025

Article history:

Received: 13.04.2025

Accepted: 27.04.2025

Published online: 25.06.2025

Сведения об авторе:

Волкова Ирина Дмитриевна, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры теории и практики перевода и лингвистики, Волгоградский государственный университет; Волгоград, Российская Федерация; e-mail: *romadina-irina@mail.ru*.

Bionote:

Irina D. Volkova, PhD (Philology), Department of Translation Studies and Linguistics, Volgograd State University; Volgograd, Russian Federation; e-mail: *romadina-irina@mail.ru*.



Статья опубликована на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0 International (CC-BY 4.0).

This is an open access article distributed under the terms of Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC-BY 4.0)

Оригинальная статья

УДК 81'255 + 811.581+811.161.1

<https://doi.org/10.29025/2079-6021-2025-2-157-168>Исследование культурных конфликтов и стратегий их разрешения
в практике китайско-русского переводаУ Яньцю¹, *Абуева Н.А.², Бузело А.С.³, Чэнь Шида⁴¹Тайчжоуский университет; 317000,

Китайская Народная Республика, Тайчжоу, ул. Дунфэн, 605;

^{2,4}Чжэцзянский университет иностранных языков Юэсю; 312000,

Китайская Народная Республика, Шаосин, ул. Куайцзи, д. 428;

^{2,3}Университет Туран; 050013,

Республика Казахстан, Алматы, ул. Сатпаева 16А;

¹ORCID ID: 0000-0001-7457-1867;²ORCID ID: 0000-0002-7550-9261;³ORCID ID: 0000-0001-5457-1237;⁴ORCID ID: 0009-0007-5549-1635;¹Scopus Author ID: 10140463900;²Scopus Author ID: 59723008200;³Scopus Author ID: 59723405500;¹Web of Science Researcher ID: ABC-8258-2020;²Web of Science Researcher ID: HTT-0659-2023;³Web of Science Researcher ID: IWU-9845-2023;⁴Web of Science Researcher ID: MVU-3108-2025;²SPIN-код: 7424-3252

*e-mail: abu2007@bk.ru; n.abueva@turana-edu.kz

Аннотация: Статья посвящена исследованию практики китайско-русского перевода, играя ключевую роль в межкультурном взаимодействии Китая и России, сталкивается с неизбежными социокультурными и иными барьерами, обусловленными различиями в лингвистических структурах, ценностных ориентирах (коллективизм - индивидуализм), традициях (символика чисел, цветов, праздников) и языковых устойчивых выражениях (идиомы, грамматические особенности). Поэтому актуальность статьи определяется значимостью практики китайско-русского перевода. Установлено, что для минимизации искажений предлагается стратегия, сочетающая глубокое погружение в культурный контекст (анализ историко-философских основ, изучение реалий), развитие межкультурной компетенции переводчика через тренинги и анализ кейсов, применение адаптивных методов (калькирование с пояснениями, замена культурно-специфичных элементов, добавление комментариев), а также постпереводческую верификацию с участием носителей языка. Доказано, что успешный перевод требует от специалиста роли «культурного медиатора», способного не только передать смысл, но и обеспечить его естественное восприятие в иной лингвокультурной среде, что особенно актуально в условиях роста китайско-российского сотрудничества в политической, экономической и гуманитарной сферах. Данный подход служит основой для разработки образовательных методик, направленных на формирование культурной чувствительности у переводчиков. Итоговые рекомендации направлены на повышение качества переводов, укрепление взаимопонимания в условиях расширяющегося сотрудничества Китая и России, а также на развитие образовательных программ для специалистов в области перевода.

Ключевые слова: китайско-русский перевод; культурные различия; стратегии решения; качество перевода.

Для цитирования: У Яньцю, Абуева Н.А., Бузело А.С., Чэнь Шида. Исследование культурных конфликтов и стратегий их разрешения в практике китайско-русского перевода. *Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики*. 2025. № 2. С. 157–168. <https://doi.org/10.29025/2079-6021-2025-2-157-168>.

Original Paper

<https://doi.org/10.29025/2079-6021-2025-2-157-168>

Cultural Conflicts Research and Resolution Strategies in the Practice
of Chinese-Russian Translation

Wu Yanqiu¹, *Nurbanu A. Abueva², Anna S. Buzelo³, Chen Shida⁴

¹Taizhou University;

605 Dongfeng Str., Taizhou, People's Republic of China, 317000;

^{2,4}Zhejiang Yuexiu University of Foreign Studies;

428 Kuaiji Road, Shaoxing, People's Republic of China, 312000;

^{2,3}Turan University;

16A Satpaev Street, Almaty, Republic of Kazakhstan, 050013;

¹ORCID ID: 0000-0001-7457-1867;

²ORCID ID: 0000-0002-7550-9261;

³ORCID ID: 0000-0001-5457-1237;

⁴ORCID ID: 0009-0007-5549-1635;

¹Scopus Author ID: 10140463900;

²Scopus Author ID: 59723008200;

³Scopus Author ID: 59723405500;

¹Web of Science Researcher ID: ABC-8258-2020;

²Web of Science Researcher ID: HTT-0659-2023;

³Web of Science Researcher ID: IWU-9845-2023;

⁴Web of Science Researcher ID: MVU-3108-2025;

²SPIN-code: 7424-3252

*e-mail: abu2007@bk.ru; n.abueva@turan-edu.kz

Abstract: The article is devoted to the study of the practice of Chinese-Russian translation, playing a key role in the intercultural interaction between China and Russia, and faces inevitable socio-cultural and other barriers due to differences in linguistic structures, value orientations (collectivism vs. individualism), traditions (symbolism of numbers, colors, holidays) and linguistic fixed expressions (idioms, grammatical features). Therefore, the relevance of the article is due to the importance of the practice of Chinese-Russian translation. It is established that in order to minimize distortions, a strategy is proposed that combines deep immersion in the cultural context (analysis of historical and philosophical foundations, study of realities), the development of intercultural competence of the translator through training and case analysis, the use of adaptive methods (tracing with explanations, replacement of culturally specific elements, adding comments), as well as post-translation verification with the participation of native speakers. It is proved that successful translation requires a specialist to play the role of a “cultural mediator” who is able not only to convey the meaning, but also to ensure its natural perception in a different linguacultural environment, which is especially important in the context of the growth of Sino-Russian cooperation in the political, economic and humanitarian spheres. This approach serves as the basis for the development of educational methods aimed at forming cultural sensitivity among translators. The final recommendations are aimed at improving the quality of translations, strengthening mutual understanding in the context of expanding cooperation between China and Russia, as well as developing educational programs for specialists in the field of translation.

Keywords: Chinese-Russian translation, cultural differences, resolution strategies, translation quality.

For citation: Wu Yanqiu, Abueva N.A., Buzelo A.S., Chen Shida. Cultural conflicts research and resolution strategies in the practice of Chinese-Russian translation. *Current Issues in Philology and Pedagogical Linguistics*. 2025, no 2, pp. 157–168. <https://doi.org/10.29025/2079-6021-2025-2-157-168>(In Russ.).

Введение

Китай и Россия являются дружественными стратегическими партнерами, и с непрерывным углублением процесса глобализации и сотрудничества – межкультурное равноправное и взаимовыгодное общение между гражданами и компаниями двух стран становятся все более частым явлением. Важность перевода, как моста связи, стало очевидным. Это доказывает инициатива «Один пояс, один путь», которая способствовала дальнейшему взаимовыгодному сотрудничеству между Китаем и Россией в областях энергетики, экономики, обмена инвестициями и науке [1].

Качество китайско-русского перевода напрямую влияет на понимание и познание культуры друг друга народами двух стран, тем самым являясь важным способом общения между Китаем, Россией и другими странами. Однако из-за общеизвестных культурных и ментальных различий в происхождении китайского и русского языков неизбежно возникают сложности в повседневной практике китайско-русского перевода. Культурные различия отражаются не только на языковом уровне, находя место в таких аспектах, как ценности, обычаи и выражения. Подобные культурные различия порождают феномен культурной миграции, который, в свою очередь, оказывает обратное воздействие на переводческую деятельность, непосредственно влияя на эффективность перевода [2]. Поэтому эффективное разрешение культурных различий в китайско-русском переводе и улучшение его качества стало центром внимания исследователей этой сферы.

Цель данной статьи исследовать лингвокультурные различия, возникающие в процессе китайско-русского перевода, и разработать практические стратегии для их преодоления. Важно в процессе перевода не только минимизировать смысловые и иные искажения, но и способствовать формированию у переводчиков межкультурной компетенции, позволяющей выступать «медиатором» между двумя лингвокультурами. Это повышает в целом глубинное видение и понимание особенностей современных переводов.

I. Обзор научной литературы

В рамках исследования китайско-русского перевода с акцентом на культурные различия анализ существующей научно-публицистической литературы выявил несколько важных теоретических направлений.

Во-первых, значительное внимание уделяется лингвокультурологии (В.В. Виноградов, Н.К. Гарбовский), где подчеркивается существенная взаимосвязь языка и культуры, а также необходимость учета «культурно-маркированных» единиц при переводе. Научные труды таких исследователей, как С. Басснетт и А. Лефевра в области определенного «культурного поворота в переводоведении» заложили достаточно хорошую основу, крепкий фундамент в понимании перевода как акта межкультурной коммуникации, а не просто лингвистической операции.

Во-вторых, такие научные исследования по китайско-русской «переводческой специфике» (Лу Синь, А.А. Хаматова) выделяют уникальные проблемы, связанные с асимметрией грамматических систем (например, отсутствие рода и падежей в китайском) и различиями в культурных концептах («дао», «судьба»). Научные труды Ю. Найды о «динамической эквивалентности» и теории Х. Фермера актуализируют вопросы адаптации культурно-специфичной лексики. Третье направление касается практических стратегий преодоления культурных барьеров. Методы калькирования, комментариев и функциональной замены, предложенные П. Ньюмарком, нашли отражение в современных методиках (Е.В. Брус, М.Б. Рарог). Однако, как отмечает И.С. Алексеева, многие подходы остаются фрагментарными и требуют систематизации, особенно в контексте китайско-русского перевода, где культурная дистанция значительно шире, чем в европейских языковых парах.

Пробел в данных научных исследованиях, на который ориентируется данная статья, связан в первую очередь с отсутствием комплексных моделей, интегрирующих лингвистические и культурологические аспекты перевода для китайско-русской пары. Большинство научных трудов и исследований фокусируются либо на узких языковых явлениях, либо на общих теориях, игнорируя необходимость эмпирической верификации стратегий через обратную связь с носителями. Поэтому данное исследование заполняет эту нишу, предлагая структурированный подход к культурной адаптации, подкрепленный анализом реальных кейсов и рекомендациями для образовательных программ.

Научно-исследовательским материалом статьи являются различные научно-исследовательские источники, книги и научные статьи, а также китайско-русские тексты перевода.

Посредством эмпирического анализа практики перевода с китайского на русский язык, а также изучения ключевых аспектов культурной специфики (ценностные ориентиры, традиции, языковые выра-

жения) статья стремится показать и выявить типичные проблемы, связанные с несовпадением культурных кодов Китая и России. На основе этого анализа предлагаются методы адаптации, включая глубокое погружение в культурный контекст, использование культурно-обусловленных перифразов, замену эквивалентов и постпереводческую верификацию. Кроме того, в ходе проведенного научного исследования применяли количественный, сравнительный и описательный анализ текстов, а также в статье использовали метод моделирования.

Культурные различия, возникающие в процессе китайско-русского перевода, проявляются в нескольких ключевых аспектах. Прежде всего, речь идет о различиях в ценностях, менталитете и культуре. Ценностные системы китайской и западной культур, такие как уважение к взрослым и любовь к молодым и защита свободы в сравнении с коллективизмом и индивидуализмом, демонстрируют значительные расхождения в понимании исходных данных. Подобные расхождения часто приводят к смысловым искажениям или утрате культурного контекста при переводе.

Во-вторых, внимание следует уделить обычаям и традициям. Обычаи, связанные с праздничными торжествами, нормами этикета и повседневными взаимодействиями, требуют большего внимания при переводе и подробного научного анализа, чтобы обеспечить точную передачу культурной информации.

Наконец, существенным различием считаются коммуникативные стратегии, в частности – косвенные выражения. Тем временем как китайская культура предполагает использование косвенных, метафоричных и контекстуальных выражений, западная культура чаще обращается к прямолинейности и эксплицитности. Эти и другие различия, на наш взгляд, следует корректировать в соответствии с конкретным контекстом при переводе.

Для преодоления культурных различий в китайско-русском переводе предлагается комплексный подход. Прежде всего, переводчик должен придавать значение погружению в культурный фон. Переводчикам важно не только обладать прочными языковыми навыками, но и в то же время на достаточно хорошем уровне понимать исторические, религиозные и социальные основания обеих культур для точной передачи культурной информации в процессе перевода.

Далее происходит повышение межкультурной компетенции. Теоретические знания и практические навыки в этом спектре включают в себя умение прогнозировать реакцию аудитории, распознавание культурных различий и невербальных нюансов в процессе перевода и адаптирование стиля перевода к жанру во избежание неверного толкования текста. В третьем шаге используется культурно-адаптивный метод перевода.

Таким образом, в процессе перевода исходный текст соответствующим образом корректируется с культурными особенностями целевого языка для достижения эффективной передачи культурной информации, это включает трансформацию образов, контекстуальные пояснения или компенсацию через стилистические средства, тем самым сохраняя баланс между точностью и доступностью без искажения авторского замысла. И ключевым элементом комплексного подхода становится постпереводческая рефлексия. Консультации с носителями языка, анализ обратной связи от аудитории и экспертное мнение позволяет выявлять латентные культурные конфликты и те или иные пробелы в процессе перевода данного текста.

Как однажды подчеркнул китайский ученый Сюй Юйлун, в межкультурном контексте, для повышения точности перевода, переводчики должны улучшать свое литературное и художественное образование, усиливать понимание и восприятие культуры, чтобы лучше справляться с переводом [3]. Следовательно, культурные конфликты в практике китайско-русского перевода являются сложной и важной темой. Глубокое изучение демонстрирует, что принятие эффективных стратегий решения (синтез лингвистической точности, культурная чуткость, работа с обратной связью) поможет улучшить качество китайско-русского перевода и способствовать углубленному развитию межкультурного общения.

В этой связи данная статья призвана изучить культурные конфликты и их стратегии решения в китайско-русском переводе с использованием теоретического анализа и практических рекомендаций с целью предоставления полезных справочных материалов для практики перевода.

II. Анализ особенностей китайско-русского языка и культуры

2.1. Грамматическая структура китайского языка

Китайский язык, принадлежащий к китайско-тибетской семье, обладает уникальной грамматикой. В отличие от русского, в нем практически отсутствуют сложные падежные окончания – вместо этого смысл передается с помощью порядка слов и частиц. Основными его грамматическими особенностями являются:

1. Краткая грамматическая структура относительно проста, без сложных изменений окончаний, связанных с родом, числом, падежом и т. д. Китайская грамматика в основном выражается порядком слов и функциональными словами.

2. Расположение глаголов и прилагательных: обычно находятся в центре предложения, в то время как в английском языке эти слова часто находятся в конце предложения.

3. Отсутствие временных конструкций: китайский язык не имеет временных изменений как прошедшее, настоящее и будущее времена. Русский же язык, наоборот, обладает развитой системой времени, и носители языка вынуждены выражать это для ясности.

2.2. Лексическое богатство китайского языка

Китайская лексика – это переплетение логической формы и смысла. Каждый иероглиф, такой как «fú» (благословение), несёт не только фонетическое значение, но и визуальный символизм, часто утрачиваемый при переводе. Например, идиома «huà lóng diǎn jīng» (дорисовать глаза дракону) означает «добавить завершающий штрих», но буквальный перевод на русский может вызвать недоумение, если не пояснить связь с легендой о художнике, оживившем дракона.

Синонимическое разнообразие языка также бросает вызов переводчику. Слово «красивый» может передаваться десятками вариантов в зависимости от контекста: «měili» (общая красота), «xiùlì» (изящная красота), «huá lì» (роскошная красота). Выбор эквивалента требует учёта стилистики текста и культурных ассоциаций целевой аудитории.

2.3. Анализ особенностей китайской культуры

Ханьская культура лежит в основе китайского мировоззрения. Её особенности отражаются в следующем:

1. Ценности: Ханьская культура подчеркивает семейные концепции, коллективизм и моральную этику. В практике перевода эти ценности часто нужно передавать с помощью соответствующих выражений, где, к примеру, в деловом общении отражают не возраст, а уважение к статусу, тем самым называя человека «lǎo zhang» (старый, старший).

2. Социальные обычаи: многие обычаи Китая, включающие в себя праздничные торжества, наполнены символами, непередаваемыми без культурного комментария. Например, подарок красных конвертов ассоциируется не только с деньгами, но и с пожеланием удачи – прямая замена на «денежный подарок» обедняет смысл. Подобные культурные различия должны быть донесены в переводе, чтобы избежать недопонимания.

3. Художественные и литературные традиции: Ханьская культура также имеет долгую историю и уникальный стиль в искусстве и литературе, что отражается в словах и выражениях. Для лучшей передачи культурной коннотации всегда следует учитывать подобные нюансы в подходах перевода.

Из приведенного выше анализа языковых и культурных особенностей китайского языка мы видим, что китайский язык представляет лексическую многозначность, что существенно отличается от русского в грамматической лаконичности и культурной символике. Эти особенности требуют не только лингвистической компетенции, но и глубокого погружения в культурный контекст.

III. Культурные барьеры в китайско-русском переводе: ценности, обычаи и коммуникации

3.1. Различия в ценностях

Культурные расхождения между Китаем и Россией ярко проявляются в переводе и напрямую влияют на интерпретацию текста. Вот некоторые основные различия в культурных ценностях:

1. Концепция семьи: в китайской культуре концепция семьи построена как краеугольный камень социальных отношений и ей придается большое значение. А в русскоязычной культуре, хотя семья также важна, самостоятельное существование выражено сильнее, а личной свободе и независимости уделяется значительное внимание.

2. Коллективизм и индивидуализм: китайская культура подчеркивает коллективные интересы выше индивидуальных интересов, в то время как русская культура больше склонна к индивидуализму и подчеркивает личные права и свободы.

3. Концепция «лица»: в китайской культуре лицо (miànzi) является очень важным понятием, при котором люди склонны избегать прямых конфликтов и неловких ситуаций, используя уклончивые формулировки. А в русскоязычной культуре «лицо» воспринимается не на том же уровне, из-за чего чаще встречаются прямые выражения отказа и конфликты.

3.2. Различия в обычаях

Другим немаловажным препятствием, которое нельзя игнорировать в переводе, являются различия в обычаях. Вот некоторые конкретные примеры:

1. Праздничные традиции: китайские праздники, например, праздник Весны и Праздник середины осени, сопровождаются обязательными семейными ужинами и красными конвертами. В России такие праздники, как Новый год, Масленица и Пасха, контрастируют своим акцентом на народных гуляниях и символике праздников.

2. Нормы этикета: еще одной сферой расхождения по праву считается деловая культура. В частности, в деловых переговорах Китай посвящает особое внимание этикету и уважению с помощью дарения чая, что символизирует уважение. В России, однако, предпочитают эффективность и прямоту без лишнего движения траты энергии.

3. Культура питания: следует признать, что между китайской и русской кухней существуют существенные различия в выборе ингредиентов, методах приготовления пищи и привычках питания. Эти различия часто нуждаются в пояснениях при переводе соответствующих текстов.

3.3. Коммуникационные культурные различия

Ханьская культура тяготеет к метафоричности. Похвалу и критику часто облачают в форму аллегорий. А китайско-русский перевод тем временем страдает от буквального перевода.

Китай	Россия
Использует косвенные выражения. Люди склонны использовать косвенные выражения, такие как эвфемизмы, метафоры и т. д.	Более склонна использовать прямые выражения.
Символ и специфика – в китайской культуре чаще используются символы и метафоры, например, «дракон» символизирует власть и благоприятность.	В русскоязычной культуре выражения более склонны быть конкретными и прямыми, часто отражая визуальные образы на их внутренний мир в том числе.
Концепция времени: в китайской культуре концепция времени более расплывчата, подчеркивая процессы и отношения.	В русскоязычной культуре понятие времени более четкое, концентрируясь на результате и/или цели.

Следовательно, на наш взгляд, определенная асимметрия наблюдается в семантическом поле словаря китайского и русского языка. В поддержку этой аргументации культурная адаптация предполагается быть достигнутой посредством контекстной компенсации или стратегий функциональной эквивалентности при переводе того или иного текста.

Анализируя общие культурные различия в китайско-русском переводе, можно выделить, что эти отличия в культуре между народами являются ключевыми факторами, влияющими на точность и эффективность перевода. Понимание этой специфики и динамики позволяет глубоко понимать и уважать различия между двумя культурами при переводе с китайского и русского языков, таким образом, не только передавая информацию, но и эффективно формируя и развивая мосты между цивилизациями и странами.

IV. Стратегия расположения культурных различий

4.1. Глубокое понимание культурного контекста

В межкультурной коммуникации недопонимание и конфликты часто возникают из-за культурных различий [4]. Например, «красный» цвет в китайской культуре символизирует счастье и радость, тогда как в западной культуре он ассоциируется с насилием и кровью [5]. Глубокое понимание культурного контекста является основным способом борьбы с культурными различиями в китайско-русском переводе. Ниже приводится подробная разработка этой стратегии:

4.1.1. Изучение культурных особенностей исходного и целевого языков

Переводчики должны сначала провести глубокое исследование культурных особенностей исходного и целевого языков. В исследование входит понимание различий в истории, религии, социальной структуре и ценностях двух языков. Самый распространенный пример – при переводе содержания, связанного с традиционными китайскими фестивалями, переводчик должен понимать культурное значение и обычаи этих фестивалей.

4.1.2. Изучение соответствующих культурных знаний

Полагаем, чтобы лучше понимать и передавать культурную информацию, переводчики должны не только читать и изучать соответствующие культурные знания, но и приобретать живой частный практический опыт соприкосновения с целевой культурой. Это также можно сделать путем просмотра документальных фильмов, посещения культурных лекций и мероприятий. Например, прямой и простой перевод китайского блюда «свинина Дунпо», которое названо в честь поэта XI века, лишится исторического флёра названием «тушеная свинина».

4.1.3. Анализ влияния культурных различий на перевод

Некоторые концепции требуют от переводчиков творческого подхода. Так как некоторые идиомы или аллюзии, рожденные в китайской культуре, могут не иметь соответствующих выражений в русской культуре, необходимо всегда стараться сохранить идею предопределенного взаимодействия китайского мировоззрения.

4.2. Повышение межкультурной компетенции

4.2.1. Понятие и значение межкультурного сознания

Межкультурное сознание относится к способности отдельных лиц или групп в межкультурном общении эффективно распознавать, понимать и уважать ценности, нормы поведения, символические системы и образ мышления в различных культурных условиях, а также соответствующим образом корректировать свое отношение и поведение. Суть подобного навыка заключается в том, чтобы преодолеть коммуникационные барьеры, вызванные различиями в языковой структуре, социальных обычаях и исторических традициях, посредством культурной чувствительности, резерва знаний и адаптивности. Важность межкультурного сознания проявляется на нескольких уровнях:

- Оно помогает избежать конфликты, вызванные неправильными культурными интерпретациями. Как показала практика, различия в этикете деловых переговоров или двусмысленность символов в переводе являются самыми распространенными ошибками интерпретации;
- Оно может повысить точность межкультурной коммуникации. Настраивая правильное обращение с культурно нагруженными словами в китайско-русском переводе («дать лицо» в деловом контексте требует не буквального перевода, а перефразирования «сохранить репутацию партнера») и метафорическими образами;
- Оно способствует международному сотрудничеству и инновациям, стимулируя решения с разнообразной точки зрения посредством межкультурного диалога.

Современные исследования в области межкультурной коммуникации, опирающиеся на концепцию межкультурной компетенции и методологию анализа культурных измерений, демонстрируют – межкультурное сознание выходит за рамки узкопрофильного навыка. Оно становится важнейшим элементом в образованности, сохраняя уникальность культурных традиций в глобализирующемся мире, тем самым создавая площадки для диалога между цивилизациями.

4.2.2. Методы развития межкультурного сознания

Развитие межкультурного сознания требует многомерной и динамической практики и размышлений:

1. **Литература как зеркало культуры:** Чтение Шолохова раскрывает русскую «широту души», а Лу Синя – китайскую иронию, скрытую за внешней сдержанностью.
2. **Иммерсивные технологии:** VR-симуляция переговоров, где китайская сторона избегает слова «нет», а русская настаивает на четких «да/нет», помогает отработать стратегии адаптации.
3. **Рефлексивные дневники:** фиксируя случаи вроде конфуза с подарком часов (в Китае они символизируют похороны), переводчик учится прогнозировать культурные ловушки.

Регистрация случаев межкультурного конфликта (различия в восприятии «молчания» между Китаем и Россией) и анализ коренных причин различий с использованием модели развития межкультурной чувствительности (DMIS) являются одним из более удачных способов развития межкультурного сознания.

В то же время активное сотрудничество с носителями языка (китайское и российское совместное проектирование продуктов) разрешает культурные трения методом «мягкой силы».

В итоге можно утверждать, что процесс психологической адаптации принятия «культурного шока» в рамки «нормы» способствует развитию эмпатии. Создание гибких рамок культурного сознания в непрерывной практике – происходит за счет скачка от точки «накопления знаний» к точке «поведенческой адаптации».

4.2.3. Применение межкультурной осведомленности в китайско-русском переводе

Межкультурное сознание в китайско-русской переводческой практике проявляется в способности точного распознавания глубинного культурного кода и дальнейшей реконструкции культурной логики языка, скрытой за языковой поверхностью. Переводчик выступает не просто как лингвист, который прорывается через поверхностное семантическое соответствие, но как медиатор, готовый выявить и примирить различия в символических системах двух культур. Например, китайский «дракон» (lóng) традиционно символизирует авторитет, императорскую власть, удачу и благополучие, в русской культуре часто содержит злую метафору (мифическое чудовище), это может легко вызвать недопонимание. Чтобы избежать искажений, уместна замена образов – использование «феникса», который в обеих культурах символизирует возрождение и удачу.

Аналогичный подход требуется и при работе с пословицами. Русская пословица «в тихом омуте черти водятся», предупреждающая о скрытой опасности, при дословном переводе на китайский («глубокому течению тихой воды») теряет смысл. Чтобы сохранить оценочную семантику в значении предостерегающего контекста, культурно-адаптированной заменой может стать китайская поговорка «скрытый нож в улыбке» («xiǎo lì cāng dào») в знакомом аудитории контексте.

Ко всему прочему, имеет место быть и символическая замена. Переводчики должны чувствительно улавливать различия в социальных ценностях на примере китайского «индивидуализма», который в основном содержит уничижительные значения, и русского индивидуализма, склонного к нейтральному или даже положительному значению. При переводе подобных выражений и символик необходимо корректировать эмоциональный цвет в соответствии с контекстом. Сочетая модель межкультурной компетенции Байрама с теорией коммуникативного перевода Ньюмарка, переводчик должен учитывать культурную схему целевой аудитории при работе с культурно нагруженными словами для указания логических связей в русском переводе, учитывая высокую контекстность китайского языка (от фразы «guan xi» («гуаньси», социальные связи) до понятия в деловом контексте «сеть взаимных обязательств»), и функциональную компенсацию (при переводе поэзии или художественных текстов важно сохранить эстетику, даже если это требует отклонения от буквализма) историческими контекстными ссылками, чтобы избежать «языковой правильности, но культурных искажений».

4.3. Применение культурно-адаптированного перевода

Культурно-адаптивный перевод – это искусство нахождения динамического баланса между сохранением культурного ядра исходного языка и его адаптацией к восприятию аудитории целевого языка. В межкультурном преобразовании функциональная замена опирается на контекст. Так, русская пословица «Без труда не выловить и рыбку из пруда» означает «невозможность достижения желаемого результата без приложения усилий». При переводе внутренний образ утрачивается, лишается метафоричности. Этот метод основан на теории коммуникативного перевода. Например, при передаче имплицитного смысла строки «Весенний ветерок снова приветствует южный берег реки Янцзы», содержащей идею обновления в китайской высококонтекстной культуре, переводчик прибегает к близкому по стилю, смыслу и эмоциональному послы русскому образу «оживающие под солнцем берёзы».

4.4. Механизмы обратной связи после перевода: культурное значение

В целях получения обратной связи после перевода в культурном контексте необходимо создать механизм динамического мониторинга и коррекции, чтобы всесторонне выявлять неправильные интерпретации или символические конфликты с помощью тестирования целевой аудитории, оценки экспертных фокус-групп и анализа общественного мнения в социальных сетях. Как при переводе романа Мо Яня «Красный гаолян», когда русские читатели отметили, что образ «кровавых полей» ассоциируется с войной, нежели с символом плодородия, «алые, как спелый гранат, поля».

Из других известных примеров совместный анализ переводов классической поэзии с китайскими литературоведами позволил сохранить ритмику четверостиший на русском языке, пожертвовав тем же буквализмом (строка «Лунный свет у изголовья кровати» была преобразована в «Луна у окна, как серебряный платок», чтобы передать лиричность). Кроме того, в процессе обсуждения перевода сериала «Три тела» выявили, что термин «hēi ān sēn lín» («тёмный лес») воспринимается как метафора изоляционизма. Поэтому в субтитры добавили пояснение: «метафора космической конкуренции, где молчание — стратегия выживания». Основываясь на теории высокого/низкого контекста и теории норм перевода, данные обратной связи позволяют количественно оценить показатели перевода с точки

зрения культурной читаемости, эмоционального резонанса и идеологической совместимости, а затем направлять обновление терминологической базы или корректировку стратегии.

Опираясь на теорию высокого/низкого контекста и историю переводческих норм Тури, обратная связь позволяет системно и количественно оценить показатели перевода по трём ключевым критериям: культурная понятность; эмоциональная адекватность; идеологическое соответствие.

Механизм культурной обратной связи превращает перевод из одностороннего вывода в двусторонний динамичный диалог культур. Регулярная корректировка на основе мнений носителей предотвращает закрепление шаблонов и неверные интерпретации. Такой перевод обеспечивает постоянную калибровку межкультурного значения, устраняет нежелательные искажения смысла, позволяя тексту эволюционировать вместе с межкультурным диалогом.

Заключение

Культурно-исторические различия между Китаем и Россией в способах производства, мышлении и исторических традициях в каждом обществе создают уникальные вызовы для переводчика, что может приводить к погрешностям при переводе русских текстов [6]. Яркий пример – символика животных; для китайцев «журавль» символизирует долголетие, однако в русской поэзии он ассоциируется у россиян с любовью, верностью, тоской и благородством («тоской журавлиною» у Есенина).

Из этого примера следует, что при прямом переводе «журавля» точность смысла исходного предложения теряется, и переводчику приходится заменить его на соответствующий символический эквивалент из китайского языка. В данном случае можно использовать «гусь» вместо «журавля» [7].

Глубокая интеграция межкультурного сознания и практики перевода возможна лишь через синтез культурной чуткости и технической точности в китайско-русском преобразовании значений. Культурно-адаптивные стратегии перевода (замена символов, реконструкция контекста и функциональная компенсация) позволяют сохранить ядро смысла, адаптируя его к восприятию аудитории. Такие конфликты образов, как «дракон», что представляют собой два противоположных значения в культурах, предполагается адаптировать к образу «жар-птица/феникс» со схожим значением благополучия в русской культуре для достижения динамического баланса между культурой исходного языка и принятием аудиторией целевого языка.

В то же время нельзя забывать большое значение механизма культурной обратной связи после перевода (опрос аудитории, экспертная оценка и анализ общественного мнения), постоянно контролировать и исправлять риск неправильной интерпретации политических терминов, таких как «tao guang yang hui» в переводе «скрывать свои амбиции», который позже был скорректирован к формулировке «сфокусироваться на внутреннем развитии» после обсуждений с российскими политологами, что устранило негативный эмоциональный резонанс и ассоциацию с лукавством. Этот процесс, основанный на модели межкультурных компетенций Байрама и теории норм перевода Тури, превращает перевод из одностороннего вывода в двусторонний культурный диалог.

В итоге на основе сохранения первоначального значения преодолеваются культурные барьеры в китайско-русском переводе – где передача межкультурного значения является не только филологической задачей, но и важным шагом к взаимопониманию цивилизаций. Подобные динамические консультации помогают избежать статического перевода, закрепляют культурные предрассудки и призывают к взаимному обучению между китайской и российской цивилизациями. Деятельность по переводу позволяет не только «приоткрыть дверь» в китайскую культуру для русскоязычной аудитории, но и создать пространство для диалога, где обе традиции обогащают друг друга [8].

Список литературы

1. Сунь Индун, Цю Жун. Задачи и миссия подготовки магистров перевода с русского языка в контексте инициативы «Один пояс – один путь». Пиньвэй-Цзиндянь. 2025; (03):70-82. Доступно по: https://kns-cnki-net-443.vpn.yxc.cn/kcms2/article/abstract?v=5hcLxvuG7Q452_Y79bjCSJGZrW5tCAZgVIq76hFCfE7Mrd952TBpK8JpQGQI2JF6qYKGfkcIVhmKxiWr_44OMxEqFzvtWLINUYp6enVz7PCElDqahTalgzvVDTVqsDjFxr4gfeMe77Iz75KpJILFVIkK9hTYTVWlfdmpLDVQBSJRZ7673cA==&uniplatform=NZKPT&language=CHS. Ссылка активна на 25.05.2025.

2. Ван Даньдань, Чжан Шуан. Анализ культурной трансмиграции в китайско-русском переводе. Сравнительные исследования культурных инноваций. 2022; 6 (32): 38-41. Доступно по: https://kns-cnki-net-443.vpn.yxc.cn/kcms2/article/abstract?v=5hcLxvuG7Q452_Y79bjCSJGZrW5tCAZgVIq76hFCfE7Mrd952TBpK8JpQGQI2JF6qYKGfkcIVhmKxiWr_44OMxEqFzvtWLINUYp6enVz7PCElDqahTalgzvVDTVqsDjFxr4gfeMe77Iz75KpJILFVIkK9hTYTVWlfdmpLDVQBSJRZ7673cA==&uniplatform=NZKPT&language=CHS.

ki-net-443.vpn.yxc.cn/kcms2/article/abstract?v=5hcLxvuG7Q45tWdmh3zV48ZM6gCS2wfu31oCSjxlUx-biKDzOGPdo4Qr8JzYT0LoQdyJqyaQfgpJ4_139_IHJf73xzB3wmlYV2WtKDROdqLHEnVVUcl9U8x0uYtb0qBEXZjaRBy7yx2cTr9p9PCY4mKwocJX1ywFZlIgnOldi_f3oIRiXe6Q==&uniplatform=NZKPT&language=CHS. Ссылка активна на 25.05.2025.

3. Цзян Вэнь. Перевод литературных произведений в межкультурной коммуникации. Цзяин вэньсюэ. 2025 (05): 93-95. Доступно по: https://kns-cnki-net-443.vpn.yxc.cn/kcms2/article/abstract?v=5hcLxvuG7Q7CToHYsZCZluEreYWtHGPJp2HeU5uIkdK7oO95BxVfBvL7UJNAzzZn1YdfRuv8z54iEYKJ2wl-rRoWBta4tglDeeMpKqOnZUWg2pV_0lepeHOZxxOIUSWR84ITcfk0ghYk8TQUKIsdew4_Qr4YfEG8X-QkrWH2CdXLGMosmiqA==&uniplatform=NZKPT&language=CHS. Ссылка активна на 25.05.2025.

4. Лю Цзиньфан. Применение стратегий межкультурной коммуникации в преподавании китайского языка как иностранного. Культура китайской письменности. 2025 (06):105-107. Доступно по: https://kns-cnki-net-443.vpn.yxc.cn/kcms2/article/abstract?v=5hcLxvuG7Q5KcUNMNcKY9IYw5KKM1rX-q_11J-F7065Ye_GMiggglC2u16uccAZ6mNTLLuGoDrzSC-PzbDHdd-bH1chiNnNjrKw8Nd5kXdZbuWqSm-FA1Zd5fbErIb9F980p5q4KsWDPyMos02Imgd20dCJr3kPcolr5RsJhXgqnMlrF2akFA==&uniplatform=NZKPT&language=CHS. Ссылка активна на 25.05.2025.

5. Ван Сяоу. Анализ перевода китайской литературы с позиций межкультурной коммуникации. Очарование Хунани. 2025 (01):93-95. Доступно по: https://kns-cnki-net-443.vpn.yxc.cn/kcms2/article/abstract?v=5hcLxvuG7Q5p0CWmOHd0HZspG5M6dNy4kBoHZNrAskdZPmPRHWELESyRKH3J9UkwK-C9KOJGiPMdDugqeFk23-APF4hcTzwmfrkaWRPGHtDs0JQRmiT9152OuABHBQSGcW9xNNIADdYy-FrLD693iJeI_7sZ_YtiuiT2FO9aviKe27m3NiA5yg==&uniplatform=NZKPT&language=CHS. Ссылка активна на 25.05.2025.

6. Ван Ицун. Исследование перевода русскоязычных архивных документов в межкультурном аспекте. Шаньсийские архивы. 2018 (06) :120-122. Доступно по: https://kns-cnki-net-443.vpn.yxc.cn/kcms2/article/abstract?v=5hcLxvuG7Q6CUN1xZA8251ucj7MXgGab73IjrtVouVFRvZC1SeEI6j84pBAykRw-fmbwfea3HMIpSHXdiAEllcpkVkegQ3fZO1Uq8BCRRleFzdp9EFT2okKS_n14aztTj7WlZvRIYkqBhi9_qML98vc6ZhZpc7U0YHEM6tJbcLPfk-6TR9GQ31g==&uniplatform=NZKPT&language=CHS. Ссылка активна на 25.05.2025.

7. Хань Бовэнь. Стратегии русско-китайского перевода в межкультурной коммуникации. Вестник Чжэнчжоуского института авиационной промышленности (социальные науки). 2014(01) :131-134. Доступно по: https://kns-cnki-net-443.vpn.yxc.cn/kcms2/article/abstract?v=5hcLxvuG7Q46Y3MjGStz-BYhdjQt9UvnQEh3NneuCl31QRkwDWhxTejiYNQF7ELRkmB461fjvuP1Wru4DOgSrtmFe5ApwLdtep-Gt3gX6-7VINyXnGSHKgTnZxBAny5d8IbCt_17zzDZOB60krSWDf7-7VZI9e_27NA118HA_nT3zpgaHy-AZHcA==&uniplatform=NZKPT&language=CHS. Ссылка активна на 25.05.2025.

8. Ван Чэнь. Анализ русско-китайского литературного перевода с позиций теории адаптивного перевода. Вестник Северокитайского технологического университета (социальные науки). 2024 (02) :110-115. Доступно по: https://kns-cnki-net-443.vpn.yxc.cn/kcms2/article/abstract?v=5hcLxvuG7Q4IMy6G-5JyA4KwdjPbUnagXP8xL5raxeowsayrvT2EkXAKAJvfh1UMUndxJR8yBVfnTrjLiAsu5LLbE5asrDs1LdLwAjzVxjN8aB7vRSwwFdGnYKq50vD2z06V_xuryctq88xb8jHp_o8Z_0U3fdXbyRS6HkWb32F6tg6AifY-rOig==&uniplatform=NZKPT&language=CHS. Ссылка активна на 25.05.2025.

References

1. Sun YD, Qiu R. The mission and tasks of cultivating Russian translation masters under the Belt and Road Initiative. *Pinwei-Jingdian*, 2025(3), 70–82. Available at: https://kns-cnki-net-443.vpn.yxc.cn/kcms2/article/abstract?v=5hcLxvuG7Q452_Y79bjCSJGZrW5tCAZgVIq76hFCfe7Mrd952TBpK8JpGQGI2JF6qYKGfkcI VhmKxiWr_44OMxEqFzvtWLINUYp6enVz7PCEIdqahTalgZvVDTVqsDjFxr4gfeMe77Iz75KpJILFVikK9hTYTVWlfdvmpLDVQBSJRZ7673cA==&uniplatform=NZKPT&language=CHS. Accessed May 25, 2025. (In Chinese).

2. Wang DD, Zhang S. Research on cultural migration phenomena in Chinese-Russian translation. *Cultural Innovation Comparative Research*, 6(32), 38–41. Available at: https://kns-cnki-net-443.vpn.yxc.cn/kcms2/article/abstract?v=5hcLxvuG7Q45tWdmh3zV48ZM6gCS2wfu31oCSjxlUxbiKDzOGPdo4Qr8JzYT-0LoQdyJqyaQfgpJ4_139_IHJf73xzB3wmlYV2WtKDROdqLHEnVVUcl9U8x0uYtb0qBEXZjaRBy7yx2c-Tr9p9PCY4mKwocJX1ywFZlIgnOldi_f3oIRiXe6Q==&uniplatform=NZKPT&language=CHS. Accessed May 25, 2025. (In Chinese).

3. Jiang W. Literary translation from the perspective of intercultural communication. *Jiaying Literature*, 2025(5), 93–95. Available at: https://kns-cnki-net443.vpn.yxc.cn/kcms2/article/abstract?v=5hcLxvuG7Q7CToHYsZCZluEreYWtHGPJp2HeU5uIkdkK7oO95BxVfBvL7UJNAzzZn1YdfRuv8z54iEYKJ2wlrRoWBTa4tgldDeeMpKqOnZUWg2pV_0lepeHOZxxOIUSWR84ITcfk0ghYk8TQUKIsdew4_Qr4YfEG8X-QkrWH2CdXLGMosmiqA==&uniplatform=NZKPT&language=CHS. Accessed May 25, 2025. (In Chinese).
4. Liu JF. Analysis of intercultural communication strategies in teaching Chinese as a foreign language. *Chinese Character Culture*, 2025(6), 105–107. Available at: https://kns-cnki-net443.vpn.yxc.cn/kcms2/article/abstract?v=5hcLxvuG7Q5KcUNMNcKY9IYw5KKM1rX-q_11JF7065Ye_GMiggg1C2u16uccAZ6mNTL-LuGoDrzSC-PzbDHdd-bH1chiNnNjrKw8Nd5kXdZbuWqSmFA1Zd5fbErIb9F980p5q4KsWDPyMos02Im-gD20dCJr3kPcolr5RsJhXgqnMlrF2akFA==&uniplatform=NZKPT&language=CHS. Accessed May 25, 2025. (In Chinese).
5. Wang XO. An exploration of Chinese literary translation from an intercultural communication perspective. *Charming Hunan*, 2025(1), 93–95. Available at: https://kns-cnki-net-443.vpn.yxc.cn/kcms2/article/abstract?v=5hcLxvuG7Q5p0CWmOHd0HZspG5M6dNy4kBoHZNrAskdZPmPRHWELESyRKH3J9Uk-wKC9KOJGiPmDugqeFk23-APF4hcTzwmfrkaWRPGHtDs0JQRmiT9152OuABHBQSGcW9xNNIAD-dYyFrLD693iJel_7sZ_YtiuiT2FO9aviKe27m3NiA5yg==&uniplatform=NZKPT&language=CHS. Accessed May 25, 2025. (In Chinese).
6. Wang YQ. Research on Russian archival translation from an intercultural communication perspective. *Shanxi Archives*, 2018(6), 120–122. Available at: https://kns-cnki-net-443.vpn.yxc.cn/kcms2/article/abstract?v=5hcLxvuG7Q6CUN1xZA8251ucj7MXgGab73IjrtVouVFRvZC1SeEI6j84pBAykRwfmbwfea3HMLPsHXdIAEllepKvKEgQ3fZO1Uq8BCRrIeFzdp9EFT2okKS_n14aztTj7WlZvRIYkqBhi9_qML98vc6ZhZp-c7U0YHEM6tJbcLPfk-6TR9GQ31g==&uniplatform=NZKPT&language=CHS. Accessed May 25, 2025. (In Chinese).
7. Han BW. A study on Russian Chinese translation strategies in intercultural communication. *Journal of Zhengzhou University of Aeronautics (Social Science Edition)*, 2014(1), 131–134. Available at: https://kns-cnki-net-443.vpn.yxc.cn/kcms2/article/abstract?v=5hcLxvuG7Q46Y3MjGStzBYhdjQt9UvnQEh3N-neuCl31QRkwDWhxTejiYNQF7ELRkMB461fjvuP1Wru4DOgSrtmFe5ApwLdtepGt3gX6-7VINyXnG-SHKgTnZxBAny5d8IbCt_17zzDZOB60krSWDf7-7VZI9e_27NA118HA_nT3zpgaHyAZHcA==&uniplatform=NZKPT&language=CHS. Accessed May 25, 2025. (In Chinese).
8. Wang C. A brief analysis of Russian Chinese literary translation based on adaptive translation theory. *Journal of North China University of Science and Technology (Social Science Edition)*, 2024(2), 110–115. Available at: https://kns-cnki-net-443.vpn.yxc.cn/kcms2/article/abstract?v=5hcLxvuG7Q4IMy6G5JyA4K-wdjPbUnagXP8xL5raxeowsayrvT2EkXAKAJvfh1UMUndxJR8yBVfnTrjIiAsu5LLbE5asrDs1LdLwAjjz-VxjN8aB7vRSwwFdGnYKq50vD2z06V_xuryctq88xb8jHp_o8Z_0U3fdXbyRS6HkWB32F6tg6AifYrOi-g==&uniplatform=NZKPT&language=CHS. Accessed May 25, 2025. (In Chinese).

История статьи:

Получена: 28.03.2025

Принята: 24.04.2025

Опубликована онлайн: 25.06.2025

Article history:

Received: 28.03.2025

Accepted: 24.04.2025

Published online: 25.06.2025

Сведения об авторах:

У Яньцю, кандидат исторических наук, ассоциированный профессор Института иностранных языков Тайчжоуского университета; Тайчжоу, КНР; e-mail: 254319172@qq.com.

Абueva Н.А., доктор политических наук, профессор, визит-профессор Чжэцзянского университета иностранных языков Юесю; Шаосин, КНР; профессор исследователь Высшей школы «Медиа и межкультурной коммуникации» Университета Туран; Алматы, РК; e-mail: abu2007@bk.ru; n.abueva@turan-edu.kz.

Бузело А.С., кандидат филологических наук, профессор, директор Высшей школы «Медиа и межкультурной коммуникации» Университета Туран; Алматы, КНР; e-mail: buzelo70@mail.ru; a.buzelo@turan-edu.kz.

Чэнь Шидя, магистр, преподаватель Чжэцзянского университета иностранных языков Юесю; Шаосин, КНР; e-mail: 805182434@qq.com.

Bionotes:

Wu Yanqiu, PhD. (Historical Sciences), Associate Professor Institute of Foreign Languages, Taizhou University; Taizhou City, People's Republic of China; e-mail: 254319172@qq.com.

N.A. Abueva, Dr. habil. (Political science), Prof., Visiting Professor Zhejiang University of Foreign Studies Yuexiu Shaoxing; Shaoxing City, People's Republic of China; Professor Researcher, Graduate School of Media and Intercultural Communication of Turan University; Almaty City, Republic of Kazakhstan; e-mail: abu2007@bk.ru; e-mail: n.abueva@turan-edu.kz.

Anna S. Buzelo, PhD. (Philology), director of the Graduate School of Media and Intercultural Communication of Turan University; Almaty, Republic of Kazakhstan; e-mail: buzelo70@mail.ru; a.buzelo@turan-edu.kz.

Chen Shida, Master's Degree, Lecturer at Zhejiang University of Foreign Studies Yuexiu Shaoxing; Shaoxing City, People's Republic of China; e-mail: 805182434@qq.com.



Статья опубликована на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0 International (CC-BY 4.0).

This is an open access article distributed under the terms of Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC-BY 4.0)

Оригинальная статья

УДК 81-115+811.581+811.161.1

<https://doi.org/10.29025/2079-6021-2025-2-169-181>Лингвокультурологическое описание русских примет
с компонентом *курица/петух* (на фоне китайского языка)Хо Сяоцзюнь¹, *Абуева Н.А.²^{1,2}Чжэцзянский университет иностранных языков Юесяо; 312000,
Китайская Народная Республика, Шаосин, ул. Куайцзи, д. 428;²Университет Туран; 050013,

Республика Казахстан, Алматы, ул. Сатпаева, 16А;

¹ORCID ID: 0000-0002-0391-7354;²ORCID ID: 0000-0002-7550-926;²Scopus Author ID: 59723008200;²Web of Science Researcher ID: HTT-0659-2023;²SPIN-код: 7424-3252;

*e-mail: abu2007@bk.ru; e-mail: n.abueva@turan-edu.kz

Аннотация: Данная работа посвящена лингвокультурологическому анализу русских примет с компонентом *курица/петух* на фоне их китайских соответствий. Цель работы заключается в выявлении общих и уникальных национальных черт в интерпретации образов курицы и петуха, отражённых в народных приметах русской и китайской культур. Материалом исследования послужили приметы с компонентом *курица/петух*, отобранные методом сплошной выборки из «Большого словаря примет» (2009) и «Полного собрания китайских пословиц» (2004). В работе использовались сравнительный метод, метод лингвокультурологического анализа, а также приёмы стилистической характеристики и количественных подсчётов. Рассматриваются функции, классификация и семантические особенности примет, а также их связь с пословицами. Основное внимание уделено выявлению сходств и различий в восприятии данных образов птиц в народных приметах. Показано, что в русской культуре образы курицы и петуха амбивалентны, с преобладанием позитивных характеристик у петуха. В китайской культуре преобладают положительные ассоциации с обоими орнитонимами, особенно в отношении петуха. Работа позволяет выявить универсальное и национально-специфическое в языковых картинах мира двух народов.

Ключевые слова: лингвокультурологический анализ, приметы, курица, петух, национальная языковая картина мира, стереотипные представления, суеверие.

Для цитирования: Хо Сяоцзюнь, Абуева Н.А. Лингвокультурологическое описание русских примет с компонентом *курица/петух* (на фоне китайского языка). *Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики*. 2025. № 2. С. 169–181. <https://doi.org/10.29025/2079-6021-2025-2-169-181>.

Original Paper

<https://doi.org/10.29025/2079-6021-2025-2-169-181>Linguacultural Description of Russian Superstitions with the Component *Chicken/Rooster*
(in Comparison with the Chinese Language)Huo Xiaojiong¹, *Nurbanu A. Abueva²^{1,2} Zhejiang Yuexiu University of Foreign Languages;
No. 428 Kuaiji Road, Shaoxing, People's Republic of China, 312000;

²Turan University; 16A Satbaeva Str.,
Almaty, Republic of Kazakhstan, 050013;

¹ORCID ID: 0000-0002-0391-7354;

²ORCID ID: 0000-0002-7550-9261;

²Scopus Author ID: 59723008200;

²Web of Science Researcher ID: HTT-0659-2023

²SPIN-code: 7424-3252;

*e-mail: abu2007@bk.ru; e-mail: n.abueva@turan-edu.kz

Abstract: This paper is devoted to the linguacultural analysis of Russian signs featuring the components chicken/rooster, compared to their Chinese counterparts. The aim of the study is to identify common and unique national features in the interpretation of the images of the chicken and the rooster as reflected in signs of Russian and Chinese cultures. The material for the study consisted of signs featuring the components “chicken/rooster,” selected using the method of continuous sampling from «Big Dictionary of Signs» (2009) and the «Complete Collection of Chinese Proverbs» (2004). The study employed the comparative method, the method of linguacultural analysis, as well as techniques of stylistic characterization and quantitative assessment. It examines the functions, classification, and semantic characteristics of the signs, as well as their connection to proverbs. The primary focus is on identifying similarities and differences in the perception of these bird images in folk signs. The study shows that in Russian culture, the images of the chicken and rooster are ambivalent, with the rooster predominantly associated with positive characteristics. In Chinese culture, positive associations prevail for both ornithonyms, especially the rooster. The research highlights universal and culturally specific features in the linguistic worldviews of the two nations.

Keywords: linguacultural analysis, signs, chicken, rooster, national linguistic worldview, stereotypical notions, superstition.

For citation: Huo Xiaojiong, Nurbanu A. Abueva. Linguacultural description of Russian superstitions with the component *chicken/rooster* (in comparison with the Chinese language). *Current Issues in Philology and Pedagogical Linguistics*. 2025, no 2, pp. 169–181. <https://doi.org/10.29025/2079-6021-2025-2-169-181> (In Russ.).

Введение

В последние десятилетия устойчивые языковые единицы всё чаще становятся объектом лингвокультурологического описания как носителей коллективного опыта и культурных ценностей. Такой подход подробно представлен в исследованиях В. Н. Телия, В. В. Воробьевой, В. В. Красных, В. А. Масловой, Е. И. Зиновьевой, Н. А. Алефиренко, М. Л. Ковшовой и др. Среди разнообразных объектов анализа особое внимание уделяется народным приметам, служащим выразительным средством фиксации стереотипных представлений, отражающих национально-культурную специфику языковой картины мира.

Особый интерес в этом контексте представляют стереотипные представления о животных, прежде всего, о домашних птицах, в частности, о курице и петухе. В русской и китайской культуре эти образы наделяются множеством значений и встречаются в приметах с высокой частотностью, особенно в разговорной и художественной речи. Тем не менее стереотипные представления об этих птицах часто оказываются непрозрачными для представителей другой культуры из-за различий в ментальных традиционных и современных установках и культурных кодах. Это подчёркивает важность и необходимость лингвокультурологического анализа данных образов, что позволяет глубже понять особенности народного мышления, мировоззрения и национальных языковых картин мира.

Цель исследования – выявить культурно значимые различия и совпадения в стереотипных представлениях, зафиксированных в народных приметах с компонентом *курица/петух*.

Методы и материал исследования

Материалом исследования послужили народные приметы с компонентом *курица/петух*, отобранные методом сплошной выборки из двух ключевых источников: «Большого словаря примет» [1] и «Полного собрания китайских пословиц» [2]. В результате предварительной систематизации и отсева дублирующихся значений, а также примет с устаревшими или лексически неуместными выражениями, в финальный корпус анализа вошли 66 русских и 23 китайских единиц, в которых орнитонимы выступают центральными образами.

Для научного анализа использовались следующие методы: метод сплошной выборки – для охвата релевантного языкового материала; сравнительный метод – для выявления как универсального, так и национального содержания; метод лингвокультурологического анализа – для интерпретации примет в контексте культурных кодов, символических значений и стереотипных представлений, отражённых в языковых картинах мира русского и китайского языков. Также применялись приёмы стилистической характеристики и количественные подсчёты, позволившие уточнить частотность и тематическую направленность примет в обеих культурах.

Обзор литературы

Понятие «приметы» обсуждалось в трудах многих учёных, таких как Г. Л. Пермяков, В. К. Харченко, Т. Г. Никитина, Е. Г. Павлова, Н. Н. Фаттахова, А. М. Тарасов, М. А. Кулькова, Е. Е. Тонкова и др. Однако большинство исследователей не пыталось дать этому понятию чёткого научного определения.

В научной литературе существует множество различных определений приметы, подчёркивающих её функциональную и жанровую специфику. Ряд учёных считают, что приметы являются паремиями с доминантной прогностической функцией [3: 295] и относятся к одной из разновидностей паремий, «максимально близких к пословицам по способности выражать умозаключения. Они употребляются в речи для указания на сложную «систему связей прошлого и будущего, познаваемого и непознанного» [4: 74].

Уже в XIX веке А. Н. Афанасьев подчёркивал, что примета представляет собой указание на соотношение между двумя явлениями – физическим и нравственным, одно из которых служит предвестием другого и должно вскоре реализоваться [5: 63].

Несмотря на то, что приметы синтаксически близки пословицам, но отличаются прямым смыслом и прогностической функцией, тогда как пословицы часто выражают обобщённые суждения в переносной форме [6: 11]. Семантическая структура приметы, как правило, двухчастна: первая часть фиксирует наблюдаемое явление, вторая – прогноз, основанный на этом наблюдении. Например: *Курица машет крыльями и вертит хвостом – на ветер* – выражает причинно-следственную связь, основанную на эмпирическом наблюдении. В то же время пословица *Яйца курицу не учат* может интерпретироваться как в прямом, так и в переносном значении.

Отсюда вытекает ещё одна важная особенность: по сравнению с другими жанрами фольклора, приметы в меньшей степени обладают художественной выразительностью [7: 37], что связано с их прагматической, прогностической направленностью.

Следует отметить, что в системе китайской фразеологии (в широком смысле) отсутствует специальный термин, полностью эквивалентный понятию «примета». В китайском языке приметы рассматриваются как часть пословиц: большинство из них встречается в крестьянских и метеорологических пословицах, а также в изречениях, отражающих повседневные жизненные наблюдения.

Существует несколько подходов к классификации примет, основанных на разных принципах. Так, Е. Г. Павлова делит приметы на две основные категории: 1) приметы-собственно прогнозы, которые могут быть связаны с природными или человеческими явлениями; 2) приметы-правила, подразделяемые на негативные и позитивные [3].

О. Б. Христофорова, в свою очередь, предлагает классифицировать приметы по типу поведения различных элементов окружающего мира. В её системе выделяются следующие группы: 1) метеорологические и иные природные явления; 2) материальные предметы и объекты; 3) животные, птицы и прочие представители фауны; 4) человек; 5) телесные ощущения, интерпретируемые как предчувствия [8: 31-33].

Ещё один вариант классификации опирается на характер самих примет и делит их на две большие категории: 1) природные: (а) долгосрочные, (б) простые, (в) ориентировочные; 2) бытовые: (а) субъективные и (б) объективные [9: 192].

Таким образом, в ряде научных трудов представлено разнообразие подходов к пониманию и классификации примет, что свидетельствует об устойчивом интересе исследователей к данному жанру малых фольклорных форм. Учитывая высокую частотность зоонимов в системе народных примет, особое внимание в настоящей работе уделяется образам домашних птиц, в частности, курицы и петуха как носителям стереотипных представлений в русской и китайской культурах.

Результаты и обсуждение

Образ **курицы** занимает особое место в русской народной культуре, где эта птица ассоциируется с рядом устойчивых представлений и часто упоминается в составе народных примет.

У русских немало предсказаний, связанных с особым поведением куриц, например: *Куры ночью с насеста слезают – быть беде*¹. Согласно русским поверьям, если курица неожиданно слетает с насеста или начинает беспокойно кудахтать ночью, это может служить предзнаменованием несчастья в доме. Как отмечается в «Славянских древностях: Этнолингвистическом словаре» (т. 3) [10], народная традиция связывает такие знаки с возможными болезнями, ссорами или даже утратами²: *Куры кричат на насесте – к домашней ссоре; Хором куры кудахчут – к семейной ссоре*³. Похожие приметы существуют и в китайской культуре, например: *Курица/петух кричит на третьей ночной страже (время с 11 часов до 1 часа ночи) – в доме не будет спокойствия*⁴.

В дополнение к этому, считается, что если курица поёт петухом, то это обязательно предвещает несчастье: *Курица запела петухом – к беде; Курица запела петухом – к беде, к покойнику, большому горю*⁵. Согласно представлениям славян, в такую курицу вселился “злой дух”, призывающий беды: утрату имущества, смерть близких или разрушение домашнего очага. Поэтому курицу, прокричавшую петухом, часто сразу убивают, чтобы избежать беды⁶: *Если курица петухом запела, ей надо голову рубить, не то беду накличет*⁷. Китайцы придерживаются того же мнения: *Курица кукарекает – нет покоя и мира в доме; Курица кукарекает – в доме будет беда*⁸. Как и славяне, китайцы также стремятся немедленно умертвить такую курицу, чтобы предотвратить беду, полагая её зловещим предзнаменованием, указывающим на грядущее несчастье.

В традиционных славянских представлениях курица нередко связывается с нечистой силой: считалось, что облик этой птицы могут принимать сверхъестественные сущности, такие как дьявол, нечистый дух или ведьма⁹. У русских также есть ряд плохих примет, связанных непосредственно с негатив-

¹ Никитина Т. Г., Иванова Н. Н., Рогалёва Е. И. Большой словарь примет. М.: АСТ: Астрель; 2009. Доступно по: <https://search.rsl.ru/record/01004384963?ysclid=mb3lw3eryg462156759>. Ссылка активна на 18.03.2025. Nikitina T. G., Ivanova N. N., Rogaleva E. I. Big Dictionary of Signs. Moscow, AST: Astrel; 2009. Available at: <https://search.rsl.ru/record/01004384963?ysclid=mb3lw3eryg462156759>. Accessed March 18, 2025. (In Russ.).

² Славянские древности: Этнолингвистический словарь: в 5 т. / под общей ред. Н. И. Толстого. Т.3. М.: Международные отношения; 2004. Доступно по: https://vk.com/wall-161361991_2433?ysclid=mb3mntbvnk25424107. Ссылка активна на 19.03.2025. Slavic Antiquities: An Ethnolinguistic Dictionary (in 5 vols.). Vol. 3. Ed. by N.I. Tolstoy. Moscow, Mezhdunarodnye otnosheniya; 2004. Available at: https://vk.com/wall-161361991_2433?ysclid=mb3mntbvnk25424107. Accessed March 19, 2025. (In Russ.).

³ Никитина Т. Г., Иванова Н. Н., Рогалёва Е. И. Большой словарь примет. М.: АСТ: Астрель; 2009. Доступно по: <https://search.rsl.ru/record/01004384963?ysclid=mb3lw3eryg462156759>. Ссылка активна на 18.03.2025. Nikitina T. G., Ivanova N. N., Rogaleva E. I. Big Dictionary of Signs. Moscow, AST: Astrel; 2009. Available at: <https://search.rsl.ru/record/01004384963?ysclid=mb3lw3eryg462156759>. Accessed March 18, 2025. (In Russ.).

⁴ Вэнь Дуаньчжэн. Полное собрание китайских пословиц: в 2 ч. Шанхай: Шанхайское словарное издательство; 2004. Доступно по: <https://book.kongfz.com/160280/7457510872/>. Ссылка активна на 18.03.2025. (на китайском языке). Wen Duanzheng. Complete Collection of Chinese Proverbs (2 vols.). Shanghai, Shanghai Dictionary Publishing House; 2004. Available at: <https://book.kongfz.com/160280/7457510872/>. Accessed March 18, 2025. (In Chin.).

⁵ Никитина Т. Г., Иванова Н. Н., Рогалёва Е. И. Большой словарь примет. М.: АСТ: Астрель; 2009. Доступно по: <https://search.rsl.ru/record/01004384963?ysclid=mb3lw3eryg462156759>. Ссылка активна на 18.03.2025. Nikitina T. G., Ivanova N. N., Rogaleva E. I. Big Dictionary of Signs. Moscow, AST: Astrel; 2009. Available at: <https://search.rsl.ru/record/01004384963?ysclid=mb3lw3eryg462156759>. Accessed March 18, 2025. (In Russ.).

⁶ Славянские древности: Этнолингвистический словарь: в 5 т. / под общей ред. Н. И. Толстого. Т.3. М.: Международные отношения; 2004. Доступно по: https://vk.com/wall-161361991_2433?ysclid=mb3mntbvnk25424107. Ссылка активна на 19.03.2025. Slavic Antiquities: An Ethnolinguistic Dictionary (in 5 vols.). Vol. 3. Ed. by N.I. Tolstoy. Moscow, Mezhdunarodnye otnosheniya; 2004. Available at: https://vk.com/wall-161361991_2433?ysclid=mb3mntbvnk25424107. Accessed March 19, 2025. (In Russ.).

⁷ Никитина Т. Г., Иванова Н. Н., Рогалёва Е. И. Большой словарь примет. М.: АСТ: Астрель; 2009. Доступно по: <https://search.rsl.ru/record/01004384963?ysclid=mb3lw3eryg462156759>. Ссылка активна на 18.03.2025. Nikitina T. G., Ivanova N. N., Rogaleva E. I. Big Dictionary of Signs. Moscow, AST: Astrel; 2009. Available at: <https://search.rsl.ru/record/01004384963?ysclid=mb3lw3eryg462156759>. Accessed March 18, 2025. (In Russ.).

⁸ Вэнь Дуаньчжэн. Полное собрание китайских пословиц: в 2 ч. Шанхай: Шанхайское словарное издательство; 2004. Доступно по: <https://book.kongfz.com/160280/7457510872/>. Ссылка активна на 18.03.2025. (на китайском языке). Wen Duanzheng. Complete Collection of Chinese Proverbs (2 vols.). Shanghai, Shanghai Dictionary Publishing House; 2004. Available at: <https://book.kongfz.com/160280/7457510872/>. Accessed March 18, 2025. (In Chin.).

⁹ Славянские древности: Этнолингвистический словарь: в 5 т. / под общей ред. Н. И. Толстого. Т.3. М.: Междуна-

ным отношением к самой птице и с тем, какую судьбу она часто пророчит человеку: *Если куры гуляют посредине улицы – к несчастью; Чужих кур не считай – сглазишь*¹⁰.

Однако образ курицы в русской культуре отличается амбивалентностью: с одной стороны, она ассоциируется с несчастьями и бедствиями, а с другой – символизирует любовь, семью и плодородие, воплощённое в образе куриного яйца [11: 107]. Существует поверье, что *‘тому, кто съест десятое из отложенных курицей яиц, будет сопутствовать удача’*¹¹.

Курица – важная часть и русской, и китайской традиционной кухни. Согласно одной из старинных традиций «куриные кости не принято ломать во время еды; особенно стараются сохранить грудную кость <...> Южные славяне гадают по этой кости»¹². Приведём примеры примет, связанных с подобными гадательными практиками: *Если при разламывании грудной косточки курицы отросток окажется в левой руке – сбудется загаданное желание*¹³.

Также существуют нейтральные по значению русские приметы с компонентом *курица*, например, примета о новостях и о гостях: *Курица в избу вошла – к новостям; Куры дерутся – к гостям*¹⁴. В китайском языке существует похожее выражение: *Курицы/петухи клюют друг друга – обязательно придёт гость*¹⁵.

Следует отметить, что в китайском языке один и тот же иероглиф [jī] (курица/петух) обозначает как самца, так и самку, что затрудняет определение пола птицы. Для уточнения пола используются дополнительные иероглифы: приставка [gōng] (самец) образует слово [gōngjī] (петух), а добавление [mǔ] (самка) – слово [mǔjī] (курица).

Петух, как самец курицы, занимает особое место в фольклорной традиции. В народных поверьях славян эта птица нередко воспринимается как вещая и наделяется сакральными чертами. Так, в ряде календарных обрядов Древней Руси жертвоприношение петуха, восходящее к языческим практикам, подвергалось осуждению¹⁶ – как указывается в «Славянских древностях: Этнолингвистическом словаре» (т. 4) [12].

Существует несколько русских примет с компонентом *петух*, связанных с солнечным календарем, и значение этих примет положительное: *Если в 17-й день по солнечному календарю с трех разных сто-*

родные отношения; 2004. Доступно по: https://vk.com/wall-161361991_2433?ysclid=mb3mntbvnk25424107. Ссылка активна на 19.03.2025. Slavic Antiquities: An Ethnolinguistic Dictionary (in 5 vols.). Vol. 3. Ed. by N.I. Tolstoy. Moscow, Mezhdunarodnye otnosheniya; 2004. Available at: https://vk.com/wall-161361991_2433?ysclid=mb3mntbvnk25424107. Accessed March 19, 2025. (In Russ.).

¹⁰ Никитина Т. Г., Иванова Н. Н., Роголёва Е. И. Большой словарь примет. М.: АСТ: Астрель; 2009. Доступно по: <https://search.rsl.ru/ru/record/01004384963?ysclid=mb3lw3eryg462156759>. Ссылка активна на 18.03.2025. Nikitina T. G., Ivanova N. N., Rogaleva E. I. Big Dictionary of Signs. Moscow, AST: Astrel; 2009. Available at: <https://search.rsl.ru/ru/record/01004384963?ysclid=mb3lw3eryg462156759>. Accessed March 18, 2025. (In Russ.).

¹¹ Там же. Ibidem.

¹² Славянские древности: Этнолингвистический словарь: в 5 т. / под общей ред. Н. И. Толстого. Т.3. М.: Междунaродные отношения; 2004. Доступно по: https://vk.com/wall-161361991_2433?ysclid=mb3mntbvnk25424107. Ссылка активна на 19.03.2025. Slavic Antiquities: An Ethnolinguistic Dictionary (in 5 vols.). Vol. 3. Ed. by N.I. Tolstoy. Moscow, Mezhdunarodnye otnosheniya; 2004. Available at: https://vk.com/wall-161361991_2433?ysclid=mb3mntbvnk25424107. Accessed March 19, 2025. (In Russ.).

¹³ Никитина Т. Г., Иванова Н. Н., Роголёва Е. И. Большой словарь примет. М.: АСТ: Астрель; 2009. Доступно по: <https://search.rsl.ru/ru/record/01004384963?ysclid=mb3lw3eryg462156759>. Ссылка активна на 18.03.2025. Nikitina T. G., Ivanova N. N., Rogaleva E. I. Big Dictionary of Signs. Moscow, AST: Astrel; 2009. Available at: <https://search.rsl.ru/ru/record/01004384963?ysclid=mb3lw3eryg462156759>. Accessed March 18, 2025. (In Russ.).

¹⁴ Там же. Ibidem.

¹⁵ Вэнь Дуаньчжэн. Полное собрание китайских пословиц: в 2 ч. Шанхай: Шанхайское словарное издательство; 2004. Доступно по: <https://book.kongfz.com/160280/7457510872/>. Ссылка активна на 18.03.2025. (на китайском языке). Wen Duanzheng. Complete Collection of Chinese Proverbs (2 vols.). Shanghai, Shanghai Dictionary Publishing House; 2004. Available at: <https://book.kongfz.com/160280/7457510872/>. Accessed March 18, 2025. (In Chin.).

¹⁶ Славянские древности: Этнолингвистический словарь: в 5 т. / под общей ред. Н. И. Толстого. Т.4. М.: Междунaродные отношения; 2009. Доступно по: https://vk.com/wall-161361991_2433?ysclid=mb3mntbvnk25424107. Ссылка активна на 19.03.2025. Slavic Antiquities: An Ethnolinguistic Dictionary (in 5 vols.). Vol. 4. Ed. by N.I. Tolstoy. Moscow, Mezhdunarodnye otnosheniya; 2009. Available at: https://vk.com/wall-161361991_2433?ysclid=mb3mntbvnk25424107. Accessed March 19, 2025. (In Russ.).

рон прокричали петухи – загадывайте желание, оно исполнится; Хорошо, если на вас в 17-й день по солнечному календарю обратит внимание петух, пусть даже клюнет; Кричат петухи в 20-й день по солнечному календарю – знаки защиты, благая весть¹⁷.

В славянской традиции петух воплощает мужское начало и наделяется брачно-сексуальной символикой, что находит отражение в свадебных обрядах, где он выступает как символ жениха, а курица – как образ невесты¹⁸. Поэтому существует следующая единица: *Услышать крик петуха, думая о любимом, – к свадьбе*¹⁹.

Петух является покровителем домашнего очага в славянской культуре. Согласно русскому поверью, чёрная собака, кошка и петух, живущие мирно друг с другом, оберегают дом от бед и воров²⁰: *Чёрный петух спасает дом от воров, от грозы*²¹. В русской культуре имеет значение сопоставление цвета оперения петуха с его символикой: «светлый, красный петух связан с солнцем, огнём, а чёрный – с водой, подземным царством»²². В русской традиции чёрного петуха часто использовали как оберег при обряде опаживания села во время холеры. Иногда его закапывали на границе поселения, чтобы он служил защитником и хранителем от бедствий²³.

Кроме того, петух служил важным символом при выборе нового места жительства. Его поведение помогало определить подходящее место для строительства или переселения. Добрым предзнаменованием считалось, если петух запоёт в новом доме. Петуха, переночевавшего в новом доме, никогда не резали, давали ему умереть собственной смертью²⁴. С этим связаны такие русские приметы: *На первую ночь в новом доме надо петуха запереть – к появлению детей и богатства*²⁵. В славянских приметах облик петуха тесно связан с образом дома, духа-хранителя домашнего очага, который приносит своему хозяину благополучие²⁶.

¹⁷ Никитина Т. Г., Иванова Н. Н., Роголёва Е. И. Большой словарь примет. М.: АСТ: Астрель; 2009. Доступно по: <https://search.rsl.ru/ru/record/01004384963?ysclid=mb3lw3eryg462156759>. Ссылка активна на 18.03.2025. Nikitina T. G., Ivanova N. N., Rogaleva E. I. Big Dictionary of Signs. Moscow, AST: Astrel; 2009. Available at: <https://search.rsl.ru/ru/record/01004384963?ysclid=mb3lw3eryg462156759>. Accessed March 18, 2025. (In Russ.).

¹⁸ Славянские древности: Этнолингвистический словарь: в 5 т. / под общей ред. Н. И. Толстого. Т.4. М.: Международные отношения; 2009. Доступно по: https://vk.com/wall-161361991_2433?ysclid=mb3mntbvknk25424107. Ссылка активна на 19.03.2025. Slavic Antiquities: An Ethnolinguistic Dictionary (in 5 vols.). Vol. 4. Ed. by N.I. Tolstoy. Moscow, Mezhdunarodnye otnosheniya; 2009. Available at: https://vk.com/wall-161361991_2433?ysclid=mb3mntbvknk25424107. Accessed March 19, 2025. (In Russ.).

¹⁹ Никитина Т. Г., Иванова Н. Н., Роголёва Е. И. Большой словарь примет. М.: АСТ: Астрель; 2009. Доступно по: <https://search.rsl.ru/ru/record/01004384963?ysclid=mb3lw3eryg462156759>. Ссылка активна на 18.03.2025. Nikitina T. G., Ivanova N. N., Rogaleva E. I. Big Dictionary of Signs. Moscow, AST: Astrel; 2009. Available at: <https://search.rsl.ru/ru/record/01004384963?ysclid=mb3lw3eryg462156759>. Accessed March 18, 2025. (In Russ.).

²⁰ Славянские древности: Этнолингвистический словарь: в 5 т. / под общей ред. Н. И. Толстого. Т.4. М.: Международные отношения; 2009. Доступно по: https://vk.com/wall-161361991_2433?ysclid=mb3mntbvknk25424107. Ссылка активна на 19.03.2025. Slavic Antiquities: An Ethnolinguistic Dictionary (in 5 vols.). Vol. 4. Ed. by N.I. Tolstoy. Moscow, Mezhdunarodnye otnosheniya; 2009. Available at: https://vk.com/wall-161361991_2433?ysclid=mb3mntbvknk25424107. Accessed March 19, 2025. (In Russ.).

²¹ Никитина Т. Г., Иванова Н. Н., Роголёва Е. И. Большой словарь примет. М.: АСТ: Астрель; 2009. Доступно по: <https://search.rsl.ru/ru/record/01004384963?ysclid=mb3lw3eryg462156759>. Ссылка активна на 18.03.2025. Nikitina T. G., Ivanova N. N., Rogaleva E. I. Big Dictionary of Signs. Moscow, AST: Astrel; 2009. Available at: <https://search.rsl.ru/ru/record/01004384963?ysclid=mb3lw3eryg462156759>. Accessed March 18, 2025. (In Russ.).

²² Там же. Ibidem.

²³ Славянские древности: Этнолингвистический словарь: в 5 т. / под общей ред. Н. И. Толстого. Т.4. М.: Международные отношения; 2009. Доступно по: https://vk.com/wall-161361991_2433?ysclid=mb3mntbvknk25424107. Ссылка активна на 19.03.2025. Slavic Antiquities: An Ethnolinguistic Dictionary (in 5 vols.). Vol. 4. Ed. by N.I. Tolstoy. Moscow, Mezhdunarodnye otnosheniya; 2009. Available at: https://vk.com/wall-161361991_2433?ysclid=mb3mntbvknk25424107. Accessed March 19, 2025. (In Russ.).

²⁴ Там же. Ibidem.

²⁵ Никитина Т. Г., Иванова Н. Н., Роголёва Е. И. Большой словарь примет. М.: АСТ: Астрель; 2009. Доступно по: <https://search.rsl.ru/ru/record/01004384963?ysclid=mb3lw3eryg462156759>. Ссылка активна на 18.03.2025. Nikitina T. G., Ivanova N. N., Rogaleva E. I. Big Dictionary of Signs. Moscow, AST: Astrel; 2009. Available at: <https://search.rsl.ru/ru/record/01004384963?ysclid=mb3lw3eryg462156759>. Accessed March 18, 2025. (In Russ.).

²⁶ Славянские древности: Этнолингвистический словарь: в 5 т. / под общей ред. Н. И. Толстого. Т.4. М.: Меж-

Однако образ петуха в славянской культуре не лишён противоречивых характеристик. С одной стороны, он наделяется способностью отгонять злые силы. По народным представлениям, первый утренний крик петуха символизирует «конец сил тьмы, которые исчезают вместе с петушиным криком»²⁷. С другой стороны, эта птица наделяется и демоническими чертами. В народной демонологии облик петуха могут принимать ведьмы, дух умерщвленного матерью младенца, петушиные ноги у чёрта и др.²⁸. Эти демонические черты находят отражение в многочисленных народных приметах, где петух ассоциируется с бедствиями. К дурным предзнаменованиям относят случаи, когда петух поёт всю ночь или трясёт головой²⁹: *Петухи распелись не вовремя – предсказывают покойника; Петухи всю ночь поют – не к добру; Петух головой трясёт – к беде в доме*³⁰.

Согласно русским приметам крик петуха приносит плохие вести: *Услышать петушиное кукареканье – к пренеприятному известию; Петухи распелись не вовремя – к вестям*³¹. Петушиные крики в непоłożенное время часто связывали с неожиданными и необъяснимыми смертями людей³².

Негативные ассоциации с петухом усиливаются его связью с огненной символикой. В славянской культуре петуха из-за его красного гребня и оперения связывали с огнём³³, что объясняет приметы: *Увидеть бегущего петуха – к пожару*³⁴. Этот образ часто ассоциировался с неконтролируемой стихией, способной разрушить домашний очаг и принести бедствие.

В китайской культуре образ петуха преимущественно носит положительный характер: он ассоциируется с благополучием и защитой. Согласно «Словарю китайских символов» [13: 132], с древних времён петух изображался на дверях и окнах жилищ как оберег от злых духов и потусторонних сил³⁵. Пение петуха в Китае также знаменует собой приход гостей, обычно почетных: *Петух кукарекает в сторону двери, обязательно будут гости*³⁶.

дународные отношения; 2009. Доступно по: https://vk.com/wall-161361991_2433?ysclid=mb3mntbvnk25424107. Ссылка активна на 19.03.2025. Slavic Antiquities: An Ethnolinguistic Dictionary (in 5 vols.). Vol. 4. Ed. by N.I. Tolstoy. Moscow, Mezhdunarodnye otnosheniya; 2009. Available at: https://vk.com/wall-161361991_2433?ysclid=mb3mntbvnk25424107. Accessed March 19, 2025. (In Russ.).

²⁷ Никитина Т. Г., Иванова Н. Н., Роголёва Е. И. Большой словарь примет. М.: АСТ: Астрель; 2009. Доступно по: <https://search.rsl.ru/ru/record/01004384963?ysclid=mb3lw3eryg462156759>. Ссылка активна на 18.03.2025. Nikitina T. G., Ivanova N. N., Rogaleva E. I. Big Dictionary of Signs. Moscow, AST: Astrel; 2009. Available at: <https://search.rsl.ru/ru/record/01004384963?ysclid=mb3lw3eryg462156759>. Accessed March 18, 2025. (In Russ.).

²⁸ Славянские древности: Этнолингвистический словарь: в 5 т. / под общей ред. Н. И. Толстого. Т.4. М.: Международные отношения; 2009. Доступно по: https://vk.com/wall-161361991_2433?ysclid=mb3mntbvnk25424107. Ссылка активна на 19.03.2025. Slavic Antiquities: An Ethnolinguistic Dictionary (in 5 vols.). Vol. 4. Ed. by N.I. Tolstoy. Moscow, Mezhdunarodnye otnosheniya; 2009. Available at: https://vk.com/wall-161361991_2433?ysclid=mb3mntbvnk25424107. Accessed March 19, 2025. (In Russ.).

²⁹ Там же. Ibidem.

³⁰ Никитина Т. Г., Иванова Н. Н., Роголёва Е. И. Большой словарь примет. М.: АСТ: Астрель; 2009. Доступно по: <https://search.rsl.ru/ru/record/01004384963?ysclid=mb3lw3eryg462156759>. Ссылка активна на 18.03.2025. Nikitina T. G., Ivanova N. N., Rogaleva E. I. Big Dictionary of Signs. Moscow, AST: Astrel; 2009. Available at: <https://search.rsl.ru/ru/record/01004384963?ysclid=mb3lw3eryg462156759>. Accessed March 18, 2025. (In Russ.).

³¹ Там же. Ibidem.

³² Славянские древности: Этнолингвистический словарь: в 5 т. / под общей ред. Н. И. Толстого. Т.4. М.: Международные отношения; 2009. Доступно по: https://vk.com/wall-161361991_2433?ysclid=mb3mntbvnk25424107. Ссылка активна на 19.03.2025. Slavic Antiquities: An Ethnolinguistic Dictionary (in 5 vols.). Vol. 4. Ed. by N.I. Tolstoy. Moscow, Mezhdunarodnye otnosheniya; 2009. Available at: https://vk.com/wall-161361991_2433?ysclid=mb3mntbvnk25424107. Accessed March 19, 2025. (In Russ.).

³³ Там же. Ibidem.

³⁴ Никитина Т. Г., Иванова Н. Н., Роголёва Е. И. Большой словарь примет. М.: АСТ: Астрель; 2009. Доступно по: <https://search.rsl.ru/ru/record/01004384963?ysclid=mb3lw3eryg462156759>. Ссылка активна на 18.03.2025. Nikitina T. G., Ivanova N. N., Rogaleva E. I. Big Dictionary of Signs. Moscow, AST: Astrel; 2009. Available at: <https://search.rsl.ru/ru/record/01004384963?ysclid=mb3lw3eryg462156759>. Accessed March 18, 2025. (In Russ.).

³⁵ Лю Сичэн, Ван Вэньбао. Словарь китайских символов. Тяньцзинь: Издательство просвещения Тяньцзиня; 1991. Доступно по: https://xueshu.baidu.com/usercenter/paper/show?paperid=ac2706c6433b5bc7499363fa121d86d1&site=xueshu_se. Ссылка активна на 14.03.2025. (на китайском языке). Liu Xicheng, Wang Wenbao. Dictionary of Chinese Symbols. Tianjin, Tianjin Education Press; 1991. Available at: https://xueshu.baidu.com/usercenter/paper/show?paperid=ac2706c6433b5bc7499363fa121d86d1&site=xueshu_se. Accessed March 14, 2025. (In Chin.).

³⁶ Вэнь Дуаньчжэн. Полное собрание китайских пословиц: в 2 ч. Шанхай: Шанхайское словарное издательство; 2004. Доступно по: <https://book.kongfz.com/160280/7457510872/>. Ссылка активна на 18.03.2025. (на китайском

Толкования **сновидений** о курице и петухе не являются однозначными. В русской культуре курицу во сне ассоциируют с деньгами: *Видеть во сне, как куры клюют зерно, – к деньгам, богатству; Куры, клюющие зерно, снятся – к прибыли; Куры в большом количестве снятся – к деньгам; С гостями: Курица снится – к случайной гостье; Куры в большом количестве снятся – к желанным гостям, приятной встрече.* Также с вестями: *Покупать курицу во сне – к новостям*³⁷. Толкования сновидений о петухе также противоречивы.

С одной стороны, подобный сон является хорошим предзнаменованием: *Петух снится – к благополучию, везению*³⁸, и пение петуха во сне сулит известия от близких: *Пение петуха, услышанное во сне, к известию от близких.* С другой стороны, явление петуха во сне – к несчастьям: *Ловить во сне петуха – к неудаче в сложном деле; Петух снится – к измене*³⁹.

Схожие толкования также встречаются в китайской культуре: видеть во сне петуха, особенно осенью, в основном к удаче, но видеть весной – к несчастью. Если человек во сне видит куриц/петухов, взлетающих на дерево, то его доход увеличится или же он получит неожиданную прибыль; видит наседку – к большой радости; видит крепкого цыплёнка – к здоровью; видит больного цыплёнка – к несчастью и беде. Если незамужняя женщина видит во сне цыплёнка, она выйдет замуж за богатого и знатного мужчину, если учащийся – в учёбе достигнет новых высот, если мужчина – к благополучному карьерному росту. Видеть во сне куриный помёт – счастливое предзнаменование [14: 165]. В отличие от русских традиций, в китайском языке слово [jī] (курица/петух) является омофоном слова [jǐ] (счастье, удача), что не только усиливает позитивное отношение к этим птицам, но и придаёт им символическое значение благополучия⁴⁰.

Курица и петух, как и другие домашние птицы, своим поведением помогают людям предсказывать изменения в **погоде** в течение года, например: *Курица петухом запела – к перемене погоды; Петухи днём распелись – к перемене погоды; Петухи поют на закате – к перемене погоды*⁴¹. Среди самых распространённых предсказаний – прогноз погоды на ясные или дождливые дни, а также на потепление или похолодание.

1. К солнечному дню, ясной и хорошей погоде

Поведение кур и петухов часто связывают с улучшением погоды: *Куры на насест рано сядут – к хорошей погоде; Не прячутся куры в плохую погоду – быть улучшению погоды; Петухи меж собою дерутся – к хорошей погоде; Петух запел в курятнике – жди ясной погоды*⁴². В русской культуре «в основе мифологического образа петуха лежит его связь с солнцем»⁴³.

В китайской культуре петух также символизирует солнце: *Петух кричит на высоте – дождь пройдёт, небо прояснится; Петух кричит во время дождя – дождь долго идти не будет; Петух кричит – солнце поднимется высоко, курица кричит – к дождю*⁴⁴. Китайцы также предсказывают погоду, ос-

языке). Wen Duanzheng. Complete Collection of Chinese Proverbs (2 vols.). Shanghai, Shanghai Dictionary Publishing House; 2004. Available at: <https://book.kongfz.com/160280/7457510872/>. Accessed March 18, 2025. (In Chin.).

³⁷ Никитина Т. Г., Иванова Н. Н., Рогалёва Е. И. Большой словарь примет. М.: АСТ: Астрель; 2009. Доступно по: <https://search.rsl.ru/record/01004384963?ysclid=mb3lw3eryg462156759>. Ссылка активна на 18.03.2025. Nikitina T. G., Ivanova N. N., Rogaleva E. I. Big Dictionary of Signs. Moscow, AST: Astrel; 2009. Available at: <https://search.rsl.ru/record/01004384963?ysclid=mb3lw3eryg462156759>. Accessed March 18, 2025. (In Russ.).

³⁸ Там же. Ibidem.

³⁹ Там же. Ibidem.

⁴⁰ Лю Сичэн, Ван Вэньбао. Словарь китайских символов. Тяньцзинь: Издательство просвещения Тяньцзиня; 1991. Доступно по: https://xueshu.baidu.com/usercenter/paper/show?paperid=ac2706c6433b5bc7499363fa121d86d1&site=xueshu_se. Ссылка активна на 14.03.2025. (на китайском языке). Liu Xicheng, Wang Wenbao. Dictionary of Chinese Symbols. Tianjin, Tianjin Education Press; 1991. Available at: https://xueshu.baidu.com/usercenter/paper/show?paperid=ac2706c6433b5bc7499363fa121d86d1&site=xueshu_se. Accessed March 14, 2025. (In Chin.).

⁴¹ Никитина Т. Г., Иванова Н. Н., Рогалёва Е. И. Большой словарь примет. М.: АСТ: Астрель; 2009. Доступно по: <https://search.rsl.ru/record/01004384963?ysclid=mb3lw3eryg462156759>. Ссылка активна на 18.03.2025. Nikitina T. G., Ivanova N. N., Rogaleva E. I. Big Dictionary of Signs. Moscow, AST: Astrel; 2009. Available at: <https://search.rsl.ru/record/01004384963?ysclid=mb3lw3eryg462156759>. Accessed March 18, 2025. (In Russ.).

⁴² Там же. Ibidem.

⁴³ Там же. Ibidem.

⁴⁴ Вэнь Дуаньжэн. Полное собрание китайских пословиц: в 2 ч. Шанхай: Шанхайское словарное издательство; 2004. Доступно по: <https://book.kongfz.com/160280/7457510872/>. Ссылка активна на 18.03.2025. (на китайском

новываясь на времени, когда курица/петух возвращается в курятник: *Курица/петух возвращается в курятник рано – распогодится, а возвращается поздно – пойдет сильный дождь; Если сегодня вечером курицы/петухи и утки вернутся в курятник рано, то завтра будет яркое солнце*⁴⁵.

2. К дождю, ненастью, снегу и сильной непогоде

Русские приметы с компонентом *курица/петух* также указывают на ухудшение погодных условий: *Курица машет хвостом – к дождю; Курица охорашивается, поправляет перья – к дождю; Куры купаются в песке и хлопают крыльями – к дождю; Куры повесили крылья – к дождю; Куры рано собираются спать – к дождю; Петух запел в полдень (среди дня без причины) – к дождю; Петухи взлетают на самые высокие предметы – скоро будет дождь; Куры гуляют посреди улицы – к ненастью; Петух ночью поёт не вовремя – к ненастью*⁴⁶.

В китайской культуре также есть схожие наблюдения: *Если курица/петух не возвращается в курятник – к дождю; Услышать крик курицы/петуха ночью – к скорому ветру и дождю; Если курица несет цыплят, завтра обязательно будет дождь; Куры дерутся друг с другом – к дождю; Курица/петух стремится забраться на возвышение – к сильному дождю; Курица/петух выходит из курятника рано – сегодня будет дождь*⁴⁷.

3. К изменениям температуры

Наблюдения за поведением кур и петухов также позволяют предсказать как потепление, так и наступление холодов. Например, существуют такие русские приметы: *Куры рано начинают линять осенью – к тёплой зиме; Петухи поют ранним утром в сильные морозы – к тёплой погоде*⁴⁸.

Аналогично приближение холодов определяют по таким признакам: *Курица летает по избе – к морозу; Курица прячет ноги под крылья – к морозу; Куры на насесте жмутся тесно одна к другой – к морозу; Петух на одной ноге стоит – будут холода; Петух хвост выронил – скоро и снег выпадет*⁴⁹. Подобные наблюдения отражают тесную связь русской народной культуры с природными циклами и изменениями погоды.

В китайской культуре наблюдения за поведением кур и петухов также связывают с сезонными изменениями: *После Белых рос, перед Холодными росами, овцы спариваются, курица/петух линяет*⁵⁰. Белые росы – примерно 7 сентября, а холодные росы – 7 октября, эти даты относятся к “24 сезонам сельскохозяйственного года”. С целью согласования сроков сельскохозяйственных работ китайцы разработали систему из 24 сезонов, основанную на многовековых наблюдениях за природными и климатическими изменениями. Каждый сезон, или малый сезон, состоит из 15 дней. Китайский сельскохозяйственный календарь объединяет в себе элементы как лунного, так и солнечного календарей, существует больше 5000 лет и до сих пор широко применяется в повседневной жизни [15]. Когда наступило время Холодных рос, и закончилось время Белых, человек узнаёт по поведению животных. Здесь их прогностическая функция проявляется минимально.

языке). Wen Duanzheng. Complete Collection of Chinese Proverbs (2 vols.). Shanghai, Shanghai Dictionary Publishing House; 2004. Available at: <https://book.kongfz.com/160280/7457510872/>. Accessed March 18, 2025. (In Chin.).

⁴⁵ Там же. Ibidem.

⁴⁶ Никитина Т. Г., Иванова Н. Н., Роголёва Е. И. Большой словарь примет. М.: АСТ: Астрель; 2009. Доступно по: <https://search.rsl.ru/ru/record/01004384963?ysclid=mb3lw3eryg462156759>. Ссылка активна на 18.03.2025. Nikitina T. G., Ivanova N. N., Rogaleva E. I. Big Dictionary of Signs. Moscow, AST: Astrel; 2009. Available at: <https://search.rsl.ru/ru/record/01004384963?ysclid=mb3lw3eryg462156759>. Accessed March 18, 2025. (In Russ.).

⁴⁷ Вэнь Дуаньчжэн. Полное собрание китайских пословиц: в 2 ч. Шанхай: Шанхайское словарное издательство; 2004. Доступно по: <https://book.kongfz.com/160280/7457510872/>. Ссылка активна на 18.03.2025. (на китайском языке). Wen Duanzheng. Complete Collection of Chinese Proverbs (2 vols.). Shanghai, Shanghai Dictionary Publishing House; 2004. Available at: <https://book.kongfz.com/160280/7457510872/>. Accessed March 18, 2025. (In Chin.).

⁴⁸ Никитина Т. Г., Иванова Н. Н., Роголёва Е. И. Большой словарь примет. М.: АСТ: Астрель; 2009. Доступно по: <https://search.rsl.ru/ru/record/01004384963?ysclid=mb3lw3eryg462156759>. Ссылка активна на 18.03.2025. Nikitina T. G., Ivanova N. N., Rogaleva E. I. Big Dictionary of Signs. Moscow, AST: Astrel; 2009. Available at: <https://search.rsl.ru/ru/record/01004384963?ysclid=mb3lw3eryg462156759>. Accessed March 18, 2025. (In Russ.).

⁴⁹ Там же. Ibidem.

⁵⁰ Вэнь Дуаньчжэн. Полное собрание китайских пословиц: в 2 ч. Шанхай: Шанхайское словарное издательство; 2004. Доступно по: <https://book.kongfz.com/160280/7457510872/>. Ссылка активна на 18.03.2025. (на китайском языке). Wen Duanzheng. Complete Collection of Chinese Proverbs (2 vols.). Shanghai, Shanghai Dictionary Publishing House; 2004. Available at: <https://book.kongfz.com/160280/7457510872/>. Accessed March 18, 2025. (In Chin.).

Иногда, опираясь на поведение курицы-несушки, русские распределяют **сельскохозяйственные работы**: *Если первые яйца курицы весной купные, то ранний посев овса обещает ядреные зерна, если же мелкие, надо сеять попозже*⁵¹, также могут предсказать будущий урожай: *Если в ноябре или декабре начнут нестись куры – к неурожаю; Если первое снесенное курицей яйцо тяжелее последующих – к урожаю; Куры несут весной крупные яйца – урожай будет хороший*⁵². Китайцы, в свою очередь, более склонны строить свои суждения, наблюдая за временем, когда курицы возвращаются в гнездо: *Если стая кур рано летит на насест, то в этом году будет немало дождей и хороший урожай*⁵³.

Проанализировав материал, можно заметить, что в двух языках приметы с компонентом *курица/петух* можно разделить на три основные группы:

- 1) бытовые приметы;
- 2) погодные приметы;
- 3) сельскохозяйственные приметы.

В первой группе существует несколько самых частотных тем, которые можно классифицировать на позитивные и негативные (по прогнозу):

- 1) позитивные: к богатству, к счастью, к гостям, к радости.
- 2) негативные: к беде, к несчастью, к ссоре, к пожару, к худым вестям.

Нейтральные приметы встречаются реже, но они тоже присутствуют, например, приметы о новостях или визитах гостей. Прогнозы бытовых примет часто основаны не только на реальном поведении куриц и петухов, но и на их появлении в сновидениях.

Приметы, касающиеся погоды, составляют самую обширную категорию как в русском, так и в китайском языке. Здесь самые частые прогнозы связаны с ясной или дождливой погодой, потеплением или похолоданием. Приметы этой категории основываются на наблюдениях за конкретными поведенческими особенностями птиц.

Что касается наиболее распространённых тем в сельскохозяйственных приметах, то существуют следующие два типа (по прогнозу):

- 1) прогнозы на хороший или плохой урожай;
- 2) указания сроков посева и уборки урожая.

Заключение

Проведённый анализ позволяет заключить, что в русской культуре образы курицы и петуха обладают амбивалентным характером, при этом петух чаще наделяется положительными чертами, чем курица. Петух часто выступает в качестве охраны дома и обычно провозглашает начало дня, восход солнца и приносит тепло. Курица же чаще ассоциируется с бедствием, достаточно ограниченными умственными способностями или семейными конфликтами, хотя встречаются и приметы, связывающие её с богатством. В китайской культуре образы петуха и курицы преимущественно наделяются положительной символикой. Особенно отметим, что почти все приметы с компонентом *петух* связаны с успехом, благополучием или защитой, что отражает доминирование положительных характеристик этого образа в китайской языковой картине мира.

Амбивалентность образов курицы и петуха отражает общую природу народных примет, в которых через символические образы стремятся объяснить непредсказуемость жизни. В условиях отсутствия научного знания фольклор допускает множественные, а порой и взаимоисключающие трактовки одного и того же явления. Эта противоречивость, в свою очередь, составляет одну из характерных черт и особую привлекательность фольклора как отражения наивного мировосприятия.

Таким образом, данное научное исследование позволяет нам обнаружить стереотипные представления о курице и петухе, закреплённые в народных приметах русского и китайского языков, а также опре-

⁵¹ Никитина Т. Г., Иванова Н. Н., Роголёва Е. И. Большой словарь примет. М.: АСТ: Астрель; 2009. Доступно по: <https://search.rsl.ru/ru/record/01004384963?ysclid=mb3lw3eryg462156759>. Ссылка активна на 18.03.2025. Nikitina T. G., Ivanova N. N., Rogaleva E. I. Big Dictionary of Signs. Moscow, AST: Astrel; 2009. Available at: <https://search.rsl.ru/ru/record/01004384963?ysclid=mb3lw3eryg462156759>. Accessed March 18, 2025. (In Russ.).

⁵² Там же. Ibidem.

⁵³ Вэнь Дуаньчжэн. Полное собрание китайских пословиц: в 2 ч. Шанхай: Шанхайское словарное издательство; 2004. Доступно по: <https://book.kongfz.com/160280/7457510872/>. Ссылка активна на 18.03.2025. (на китайском языке). Wen Duanzheng. Complete Collection of Chinese Proverbs (2 vols.). Shanghai, Shanghai Dictionary Publishing House; 2004. Available at: <https://book.kongfz.com/160280/7457510872/>. Accessed March 18, 2025. (In Chin.).

делить как универсальные, так и национально-специфические элементы в языковых картинах мира двух народов.

Список литературы

1. Никитина Т.Г., Иванова Н.Н., Роголёва Е.И. Большой словарь примет. М.: АСТ: Астрель; 2009. Доступно по: <https://search.rsl.ru/ru/record/01004384963?ysclid=mb3lw3eryg462156759>. Ссылка активна на 18.03.2025.
2. Вэнь Дуаньчжэн. Полное собрание китайских пословиц: в 2 ч. Шанхай: Шанхайское словарное издательство; 2004. Доступно по: <https://book.kongfz.com/160280/7457510872/>. Ссылка активна на 18.03.2025. (на китайском языке)
3. Павлова Е.Г. Опыт классификации народных примет / Е. Г. Павлова. Паремнологические исследования. М.: Наука; 1984: 294-299. Доступно по: <https://www.klex.ru/1vyj>. Ссылка активна на 18.03.2025.
4. Русские паремии: новые формы, новые смыслы, новые аспекты изучения: кол. монография / под ред. проф. Т. Г. Никитина. Псков: ПГПУ; 2008. Доступно по: https://rusneb.ru/catalog/000199_000009_004109879?ysclid=mawhkfsm2q331893646. Ссылка активна на 19.03.2025.
5. Афанасьев А.Н. Живая вода и вещее слово. М.: Советская Россия; 1988. Доступно по: <https://search.rsl.ru/ru/record/01001429910?ysclid=mb3maqa7l1323601658>. Ссылка активна на 18.03.2025.
6. Жуков В.П. Словарь русских пословиц и поговорок. 4-е изд., испр. и доп. М.: Рус. яз.; 1991. Доступно по: <https://search.rsl.ru/ru/record/01001617695?ysclid=mb3mlak2n119319124>. Ссылка активна на 17.03.2025.
7. Китиков А.Е. Марийские народные приметы. Йошкар-Ола: Марийское кн. изд-во; 1977. Доступно по: <https://drive.google.com/file/d/192d40X4oDMkKs3zLvntNN4BY8kw-i0SR/view>. Ссылка активна на 19.03.2025.
8. Христофорова О. Б. К вопросу о структуре приметы / О. Б. Христофорова. Arbor mundi. 1998; 6: 30-47. Доступно по: <https://ruthenia.ru/folklore/hristofova2.htm>. Ссылка активна на 19.03.2025.
9. Завьялова Е.Е. Приметы как фольклорный жанр: опыт систематизации / Е. Е. Завьялова. Знание. Понимание. Умение. 2013; 2: 187-193. Доступно по: <https://cyberleninka.ru/article/n/primety-kak-folklornyy-zhanr-opyt-sistematizatsii?ysclid=mawiwkoi8t711205977>. Ссылка активна на 19.03.2025.
10. Славянские древности: Этнолингвистический словарь: в 5 т. / под общей ред. Н. И. Толстого. Т.3. М.: Международные отношения; 2004. Доступно по: https://vk.com/wall-161361991_2433?ysclid=mb3mntbvnk25424107. Ссылка активна на 19.03.2025.
11. Русское культурное пространство: Лингвокультурологический словарь. М.: «Гнозис»; 2004. Доступно по: <https://search.rsl.ru/ru/record/01002438979?ysclid=mb3mrwv519486390452>. Ссылка активна на 15.03.2025.
12. Славянские древности: Этнолингвистический словарь: в 5 т. / под общей ред. Н. И. Толстого. Т.4. М.: Международные отношения; 2009. Доступно по: https://vk.com/wall-161361991_2433?ysclid=mb3mntbvnk25424107. Ссылка активна на 19.03.2025.
13. Лю Сичэн, Ван Вэньбао. Словарь китайских символов. Тяньцзинь: Издательство просвещения Тяньцзиня; 1991. Доступно по: https://xueshu.baidu.com/usercenter/paper/show?paperid=ac2706c6433b5bc7499363fa121d86d1&site=xueshu_se. Ссылка активна на 14.03.2025. (на китайском языке).
14. Чжан Сяюй. Сонник Чжоу Гуна. Цзянси: Литературное издательство материка ста цветов; 2012. Доступно по: <https://www.dushu.com/book/12492224/>. Ссылка активна на 19.03.2025. (на китайском языке).
15. Китайская онлайн-энциклопедия «Байду байкэ». Доступно по: <https://baike.baidu.com>. Ссылка активна на 19.03.2025. (на китайском языке).

References

1. Nikitina TG, Ivanova NN, Rogaleva EI. Big Dictionary of Signs. Moscow, AST: Astrel; 2009. Available at: <https://search.rsl.ru/ru/record/01004384963?ysclid=mb3lw3eryg462156759>. Accessed March 18, 2025. (In Russ.).
2. Wen Duanzheng. Complete Collection of Chinese Proverbs (2 vols.). Shanghai, Shanghai Dictionary Publishing House; 2004. Available at: <https://book.kongfz.com/160280/7457510872/>. Accessed March 18, 2025. (In Chin.).

3. Pavlova EG. An attempt at classifying Folk Signs. In *Paremiological Studies*. Moscow, Nauka; 1984: 294-299. Available at: <https://www.klex.ru/1vyj>. Accessed March 13, 2025. (In Russ.).
4. Russian Signs: New Forms, Meanings, and Aspects of Study (collective monograph). Ed. by Prof. T. G. Nikitina. Pskov, PGPU; 2008. Available at: https://rusneb.ru/catalog/000199_000009_004109879?ysclid=mawhkfsm2q331893646. Accessed March 19, 2025. (In Russ.).
5. Afanasyev AN. *Living Water and the Prophetic Word*. Moscow: Sovetskaya Rossiya; 1988. Available at: <https://search.rsl.ru/ru/record/01001429910?ysclid=mb3maqa711323601658>. Accessed March 19, 2025. (In Russ.).
6. Zhukov VP. *A Dictionary of Russian Proverbs and Sayings* (4th ed., revised and expanded). Moscow, Russkiy yazyk; 1991. Available at: <https://search.rsl.ru/ru/record/01001617695?ysclid=mb3mlak2n119319124>. Accessed March 17, 2025. (In Russ.).
7. Kitikov AE. *Mari Folk Signs*. Yoshkar-Ola, Mari Book Publishing; 1977. Available at: <https://drive.google.com/file/d/192d40X4oDMkKs3zLvntNN4BY8kw-i0SR/view>. Accessed March 19, 2025. (In Russ.).
8. Khristoforova OB. On the structure of Signs / O.B. Khristoforova. *Arbor mundi*. 1998; 6: 30-47. Available at: <https://ruthenia.ru/folklore/hrstoforova2.htm>. Accessed March 19, 2025. (In Russ.).
9. Zavyalova EE. Signs as a Folklore Genre: An Attempt at Systematization / E.E. Zavyalova. *Knowledge. Understanding. Skill*. Moscow. 2013. 2: 187-193. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/primety-kak-folklornyy-zhanr-opyt-sistematizatsii?ysclid=mawiwkoi8t711205977>. Accessed March 19, 2025. (In Russ.).
10. *Slavic Antiquities: An Ethnolinguistic Dictionary* (in 5 vols.). Vol. 3. Ed. by N.I. Tolstoy. Moscow, Mezhdunarodnye otnosheniya; 2004. Available at: https://vk.com/wall-161361991_2433?ysclid=mb3mntb-vnk25424107. Accessed March 19, 2025. (In Russ.).
11. *Russian Cultural Space: A Linguoculturological Dictionary*. Moscow, Gnosis; 2004. Available at: <https://search.rsl.ru/ru/record/01002438979?ysclid=mb3mrwv519486390452>. Accessed March 15, 2025. (In Russ.).
12. *Slavic Antiquities: An Ethnolinguistic Dictionary* (in 5 vols.). Vol. 4. Ed. by N.I. Tolstoy. Moscow, Mezhdunarodnye otnosheniya; 2009. Available at: https://vk.com/wall-161361991_2433?ysclid=mb3mntb-vnk25424107. Accessed March 19, 2025. (In Russ.).
13. Liu Xicheng, Wang Wenbao. *Dictionary of Chinese Symbols*. Tianjin, Tianjin Education Press; 1991. Available at: https://xueshu.baidu.com/usercenter/paper/show?paperid=ac2706c6433b5bc7499363fa121d86d1&site=xueshu_se. Accessed March 14, 2025. (In Chin.).
14. Zhang Xiaoyu. *Zhou Gong's Dream Interpretation Dictionary*. Jiangxi, Baihuazhou Literary Press; 2012. Available at: <https://baike.baidu.com>. Accessed March 19, 2025 (In Chin.).
15. Baidu Baike (Chinese online encyclopedia). Available at: <https://baike.baidu.com>. Accessed March 19, 2025 (In Chin.).

История статьи:

Получена: 08.04.2025

Принята: 21.04.2025

Опубликована онлайн: 25.06.2025

Article history:

Received: 08.04.2025

Accepted: 21.04.2025

Published online: 25.06.2025

Сведения об авторах:

Хо Сяоцзюн, кандидат филологических наук, старший преподаватель Чжэцзянского университета иностранных языков Юесяю; Шаосин, КНР; e-mail: huoxiaojiong93@163.com.

Абуева Н.А., доктор политических наук, профессор, визит-профессор Чжэцзянского университета иностранных языков Юесяю; Шаосин, КНР; профессор исследователь Высшей школы «Медиа и меж-

культурной коммуникации» Университета Туран; Алматы, РК; e-mail: *abu2007@bk.ru*; e-mail: *n.abueva@turan-edu.kz*.

Bionotes:

Huo Xiaojiong, PhD. (Philology), Senior Lecturer at Zhejiang University of Foreign Studies Yuexiu Shaoxing; Shaoxing City, People's Republic of China; e-mail: *huoxiaojiong93@163.com*.

N.A. Abueva, Dr. habil. (Political science), Prof., Visiting Professor Zhejiang University of Foreign Studies Yuexiu Shaoxing; Shaoxing City, People's Republic of China; Professor Researcher, Graduate School of Media and Intercultural Communication of Turan University; Almaty City, Republic of Kazakhstan; e-mail: *abu2007@bk.ru*; e-mail: *n.abueva@turan-edu.kz*.



Статья опубликована на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0 International (CC-BY 4.0).

This is an open access article distributed under the terms of Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC-BY 4.0)

ЛИНГВОКРЕАТИВНЫЕ АСПЕКТЫ ХУДОЖЕСТВЕННОГО ТЕКСТА

LINGUISTIC CREATIVITY OF A LITERARY TEXT

Оригинальная статья

УДК 81`373.43+81`22+821.161.1

<https://doi.org/10.29025/2079-6021-2025-2-182-192>

Феномен лингвокреативности в драматургическом
и театральном дискурсе Велимира Хлебникова

*Шевченко Е.С.

*Самарский национальный исследовательский университет
имени академика С.П. Королева; 443086, Российская Федерация,*

Самара, Московское шоссе, 34;

ORCID ID: 0000-0003-2400-6856;

Web of Science Researcher ID: I-8759-2018;

Scopus Author ID: 57203166127;

SPIN-код: 2282-5821;

**e-mail: e.shevchenko@ssau.ru*

Аннотация: Статья посвящена актуальной в современной филологии проблеме лингвокреативности в русском авангарде. Ее цель заключается в выявлении специфики неординарного художественного мышления, определившего формы и способы самовыражения Велимира Хлебникова в драматургическом и театральном дискурсе его времени. В рамках общей концепции художественного языка писателя исследуются источники его речетворчества, языковые модели, согласно которым он создает новые слова, прослеживается игра смыслов, а также ее значение в драматических текстах и в творчестве Хлебникова в целом. В качестве материала исследования привлекаются драматические сочинения Хлебникова, в первую очередь «Маркиза Дзэса», «Снежимочка», а также пролог к пьесе Алексея Крученых «Победа над Солнцем», имевший программное значение для авангардного театра. В качестве основных методов исследования привлекались сравнительно-исторический и герменевтико-интерпретационный методы в комплексе с аксиологическим подходом, что представляется логичным и продуктивным в отношении исследуемого материала. В ходе проведенного исследования были получены значимые результаты, касающиеся природы лингвокреативности и форм ее проявления в драматургическом и театральном дискурсе Хлебникова. Писатель углублялся в поиски древнего праязыка, поскольку произведение, написанное исключительно новым словом, не задает сознания читателя/зрителя. Оставляя за собой роль творца и провидца, Хлебников через языковую архаику стремился к обновлению художественного языка и искусства в целом. Провидческий характер и новаторские принципы художественных решений позволили ему занять заметное место в истории авангардного движения XX века.

Ключевые слова: литературное наследие Велимира Хлебникова, театральное новаторство, фоносемантика, лингвосемиотика, языковая игра, словотворчество, архаизация лексики, создание славянской эстетики.

Для цитирования: Шевченко Е.С. Феномен лингвокреативности в драматургическом и театральном дискурсе Велимира Хлебникова. *Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики*. 2025. № 2. С. 182–192. <https://doi.org/10.29025/2079-6021-2025-2-182-192>.

Original Paper

<https://doi.org/10.29025/2079-6021-2025-2-182-192>

The Linguistic Creativity Phenomenon in the Dramatic and Theatrical Discourse of Velimir Khlebnikov

Ekaterina S. Shevchenko

Samara National Research University;

34 Moskovskoye Shosse, Samara, Russian Federation, 443086;

ORCID ID: 0000-0003-2400-6856;

Web of Science Researcher ID: I-8759-2018;

Scopus Author ID: 57203166127;

SPIN-code: 2282-5821;

e-mail: e.shevchenko@ssau.ru

Abstract: The article is devoted to the issue of linguistic creativity in the Russian avant-garde, which is relevant in modern philology. Its aim is to identify the specifics of the extraordinary artistic thinking that defined the forms and ways of Velimir Khlebnikov's self-expression in the dramatic and theatrical discourse of his time. Within the framework of the general concept of the writer's artistic language, the sources of his speech creation, the language models according to which he creates new words are investigated, the play of meanings is traced, as well as its significance in dramatic texts and in Khlebnikov's work as a whole. The research material includes dramatic works by Khlebnikov, primarily "Marquise Deses", "Snezhimochka", as well as the prologue to Alexey Kruchenykh's play "Victory over the Sun", which had programmatic significance for the avant-garde theater. Comparative and historical, as well as hermeneutical and interpretative methods combined with an axiological approach were used as the main research methods, which seems logical.

Keywords: literary legacy of Velimir Khlebnikov, theatrical innovation, phonosemantics, linguasemiotics, language play, word-making, archaization of vocabulary, the creation of Slavic aesthetics.

For citation: Shevchenko E.S. The Linguistic creativity phenomenon in the dramatic and theatrical discourse of Velimir Khlebnikov. *Current Issues in Philology and Pedagogical Linguistics* 2025, no 2, pp. 182–192. <https://doi.org/10.29025/2079-6021-2025-2-182-192>(In Russ.).

Введение

В последние десятилетия в социогуманитарных исследованиях феномен лингвокреативности занимает одно из ведущих мест, что обусловлено интересом к творческому потенциалу языка и его возможностям в современном мире. Начало этому процессу было положено в начале XX века модернизмом, а несколько позже авангардом «обнуление» культуры и последующее пересотворение ее средствами нового художественного было осознано как жизненная и творческая необходимость. Среди деятелей русского литературного авангарда особенную роль в этом процессе радикального пересмотра прежних форм литературы и культуры и в новаторском подходе к художественному языку сыграл поэт Велимир Хлебников.

Цель статьи

Цель работы заключается в выявлении специфики неординарного художественного мышления, определившего формы и способы самовыражения Велимира Хлебникова в драматургическом и театральном дискурсе его времени. Поставленная цель потребовала решения ряда задач: во-первых, определить отношение Хлебникова к современной драматургии и театру и на основе полученных выводов сформулировать его представление о необходимых для драматургии и театра преобразованиях; во-вторых, определить, что включает лингвокреативность и какое место она занимает в творчестве Хлебникова; в-третьих, установить, каким образом новации Хлебникова в области языка повлияли на эстетику театра «Будетлянин»; в-четвертых, обозначить место Хлебникова в новациях модернистского и авангардного театров первых десятилетий XX века, а также последующих эпох.

Обзор литературы

В России и за рубежом Хлебников является одним из самых изучаемых авторов литературного авангарда. За годы его активного изучения сформировалось сообщество специалистов, занимающихся проблемами его творчества, – велимироведение, однако даже научное сообщество всегда видело в нем в первую очередь поэта, но не драматурга [1]. А между тем В. Хлебниковым были заложены основы авангардного театра и драмы, повлиявшие на его становление и развитие на протяжении XX века. Наряду с Вяч. Ивановым, Н. Евреиновым, В. Хлебников внес значительный вклад в создание и разработку условных драматургических и театральных форм, определивших дальнейшие пути авангардной драмы и театра. Это отмечено в ряде работ Р.В. Дуганова, Е.Н. Пенской, О.К. Страшковой и других исследователей [1; 2; 3; 4]. О.К. Страшкова устанавливает преемственную связь художественной системы драматургических опытов Велимира Хлебникова («Госпожа Ленин», «Мирсконца», «Маркиза Дзэс») с представителями «новой драмы», в первую очередь с М. Метерлинком и его пьесами («Слепые», «Непрошенная гостья» и др.), что позволяет ей включить драматургическое творчество Хлебникова в один ряд с творчеством других модернистов и авангардистов и, наконец, в общую парадигму так называемой условной драмы [3]. Много исследований посвящено проблемам художественного языка поэта [5; 6; 7], наряду с его соратниками по цеху, прежде всего В. Маяковским, Д. Бурлюком и некоторыми другими, однако в театрально-драматургическом, тем более теоретическом, преломлении его язык не становился предметом специального изучения. Словотворчество В. Хлебникова представляется достаточно изученным в части поэзии, но не в части его драматургических и театральных опытов. Наше исследование призвано восполнить этот пробел, поскольку словотворчество интересовало Хлебникова не само по себе, а было частью грандиозной программы по созданию нового искусства, начиная с сотворения самого себя, собственного имени *Велимир* (вместо *Виктор*). Хлебникову удалось создать оригинальную театральную терминологию, в которой были обозначены и зафиксированы новейшие установки авангардного театра как самобытного художественного явления. Значимой для нашего исследования представляется статья В. Байдина «Языковая утопия Велимира Хлебникова», в которой исследователь предлагает разграничить концепцию/систему всеобщего языка будущего [5], которую поэт создавал на протяжении пятнадцати лет, и его собственный поэтический язык. Нас, как и В. Байдина, интересует оригинальная языковая система, которую Хлебников разрабатывал систематически и последовательно на протяжении 15 лет своего творчества. Мы сосредоточим внимание на той ее части, которая связана с драматургией и театром. Важными представляются замечания В. Байдина по поводу источников хлебниковских построений, среди которых ученый называет не только труды Ф. Буслаева, А. Потебни, А. Афанасьева, но и языковедческие: трактаты А. Шишкова и квазинаучные писания малоизвестного украинского фольклориста П. Лукашевича. На последнего В. Байдин предлагает обратить особое внимание, поскольку «лингвистический миф Лукашевича тождествен национальному и сказывается во многих деталях хлебниковской концепции *всемирного языка*» [5: 377].

Методы исследования

При выборе методологии исследования необходимо учитывать научные изыскания самого писателя, поскольку художественное творчество во многом является их продолжением. Именно таким образом следует рассматривать концепцию языка Хлебникова, объяснить которую без учета его естественнонаучных, философских и социологических построений не представляется возможным. При определении методологических подходов к исследуемому материалу – прологу к опере «Победа над Солнцем», пьесам «Маркиза Дзэс» и «Снежмочка» и другим драматическим сочинениям писателя – мы обратили внимание на одну из ранних хлебниковских работ «Опыт построения одного естественнонаучного по-

нения»¹. В ней Хлебников вводит понятие *метабиоза*, отталкиваясь от близкого понятия из области биологии – симбиоза, т.е. такого взаимодействия, при котором один организм извлекает пользу из другого, не причиняя ему вреда. Вот что он пишет по поводу нового понятия: «Метабиоз объединяет поколения кораллов внутри какого-нибудь атолла и *поколения людей внутри народа*»². Метабиоз Хлебников трактует расширительно, распространяя его на сферу социальных отношений и эстетическую сферу. Если понятие симбиоза затрагивает пространственные отношения, то понятие метабиоза – временные. На это обратил внимание исследователь В.П. Григорьев при рассмотрении идиостиля писателя: «Здесь в связи с проблемами хлебниковских “языков” и отношения поэта к строгим структурным схемам подчеркнем, что оппозиция симбиоз/метабиоз, по-видимому, должна рассматриваться как подчиненная более общей и главной, в глазах Хлебникова, оппозиции пространство/время» [6: 122-123]. Идиостиль писателя в свете понятия метабиоза и категории времени Григорьев рассмотрел на материале его поэзии, причем исследователя интересовала в первую очередь хлебниковская неология. В отношении театрально-драматургического наследия Хлебникова подобные исследования не проводились. В нашей работе исследуется новаторство Хлебникова в области художественного языка на материале его театрально-драматургических опытов. При анализе драматургического и театрального дискурса Хлебникова необходимо учитывать, что у него в свете концепции метабиоза в качестве наиболее очевидного источника заимствования выступают древнерусский и старославянский языки, которые для него одновременно и источник вдохновения, и вместилище поэтического, и объект эстетической игры и стилизации. Продуктивным представляется использование сравнительно-исторического метода исследования, позволяющего проследить исторические и окказиональные модификации слова, понятия, мотива; их тождество, сходство или различие. Сравнительно-исторический метод сочетается с герменевтико-интерпретационным, поскольку в отношении окказиональных слов и выражений Хлебникова как в собственно поэтической, так и в театрально-драматургической сфере, предпочтительны множественные трактовки. Все указанные методы применяются нами в комплексе с аксиологическим подходом, что представляется логичным и продуктивным в отношении исследуемого материала, поскольку в конечном счете все усилия поэта сводятся к созданию сущностно (а следовательно, и ценностно) значимого явления.

Результаты и дискуссия

Велимир Хлебников известен как яркий и самобытный поэт-экспериментатор, которого отличало тонкое чувствование поэтической речи, поиски глубинных связей ее фонетики, семантики и символики в недрах родного языка. Творческие эксперименты Велимира Хлебникова со словом располагались в русле общих поисков представителей раннего русского художественного авангарда – группы «Будетляне», образованной в 1910 году, куда вошли, помимо самого Велимира Хлебникова, поэты Давид Бурлюк, Василий Каменский, Владимир Маяковский, Алексей Крученых и Елена Гуро, а также художники Николай Кульбин, Казимир Малевич и композиторы Михаил Матюшин и Артур Лурье. Само слово «будетляне» было придумано Велимиром Хлебниковым и представляло собой русскую альтернативу слову *футуризм*, придуманному Маринетти от латинского слова *futurum* – *будущее*. В России «Будетляне» были первой группой, связавшей свою деятельность с футуризмом; позднее они стали называть себя *кубофутуристами*, обозначив в качестве ориентиров итальянский футуризм и французский кубизм в лице Умберто Боччони и Жоржа Брака. Футуристы в целом (и кубофутуристы не исключение), были обращены в сторону европейского опыта, транснациональных практик, преодоления границ, в том числе языковых, в целях обретения свободы, в то время как Хлебников, напротив, был сосредоточен в своих поисках на панславянских и праславянских корнях. Среди русских футуристов он занимал совершенно особенное место, и это чувствовали многие современники, кто лично знал его, был рядом с ним, в первую очередь поэты Давид Бурлюк, Алексей Крученых, Владимир Маяковский, филолог Роман Jakobson [8; 9]. Многие осознавали уникальность фигуры Хлебникова не только в истории отечественного футуризма, но европейского и мирового авангарда в целом.

Хлебников считал, что он создает *звездный язык* – некий всемирный язык, который вбирает в себя всеславянский язык, первобытный язык, язык богов и заумный язык. В создании театральной термино-

¹ Хлебников В. Опыт построения одного естественнонаучного понятия. *Вести студенческой жизни*. Санкт-Петербург, 1910; 1(15 марта). Доступно по: <http://hlebnikov.lit-info.ru/hlebnikov/proza/articles/opyt-postroeniya.htm>. Ссылка активна на 05.05.2025.

² Ibid.

логии Хлебников опирается преимущественно на собственную концепцию всеславянского языка. В его театральных и драматургических поисках и построениях особое место занимает экспериментальный словарь, созданный им и размещенный в прологе к опере Алексея Крученых «Победа над Солнцем». Опера Крученых, созданная также в соавторстве с Михаилом Матюшиным, была частью проекта футуристического театра «Будетлянин» [10]. Необычность ситуации заключалась в том, что за создание оперы взялись поэты Крученых и Хлебников, которые к оперному искусству никакого отношения не имели ни до момента ее создания, ни после [11]. Борьба с академизмом и рутинной начиналась в их случае с жанров, имевших большую историю и традицию, наиболее устоявшихся и даже в каком-то смысле рутинных. Именно с этой рутинной в искусстве футуристы и начали вести борьбу, отринув опыт предшественников и обнулив их достижения [12; 13; 14]. Концепцию нового футуристического театра Велимир Хлебников изложил в прологе, во многом напоминающем словарь нового футуристического театра.

В оперном искусстве, от которого оттолкнулись Хлебников и Крученых, для них на первом месте стояла идея синтеза искусств. Эту идею Хлебников проводит в прологе; его театральная терминология носит окказиональный характер и базируется на вовлечении в восприятие всех органов чувств, прежде всего зрения и слуха. По воспоминаниям Романа Jakobsona, считавшего Хлебникова *наибольшим мировым поэтом нынешнего века*, тот с юности был увлечен живописью и в своих экспериментах со словом создавал «Опыты цветной речи» [9]. Здесь проявилась общая для футуристов установка на синтетизм творчества – взаимодействие и слияние разных видов искусств. Хлебников идет дальше, возрождая почти первобытный синкретизм мировосприятия, растворяя значение слова в его звучании и цветовосприятии. Преобразование слова через его превращение ранее произвело впечатление на Романа Jakobsona в хлебниковском стихотворении «Заклятие смехом», в котором целый мир рождался из одной морфемы – корня смех. Тот же принцип преобразования мира через слово и через творчество лежит в основании пролога к «Победе над Солнцем».

Пролог открывается воззванием *Чернотворских вестучек* к зрителям. Хлебников меняет традиционную форму слова *весталки* на форму собственного изобретения *вестучки*. Слово *вестучки* звучит более игриво, чем весталки, вызывая эффект остранения уже тем, что вместо одного корня «вест», отсылающего к имени богини жертвенного огня Весты, поэт, по-видимому, использует в этом окказионализме два корня – *вест-* и *-уч*, обращая тем самым производное от имени богини Весты в *весть* и в новое знание, – в то, что *учит*. Хлебниковские *весталки* названы *чернотворскими*, поскольку сохраняемое ими знание – поддержание жертвенного огня – сопряжено с монашеством и подвижничеством. Служение слову и знанию священно, по Хлебникову, и требует отречения от мирской суеты. Весталки в Древнем Риме, как известно, избирались для служения богине Весте из благородных семей и не имели права вступать в брак или во внебрачные отношения, на протяжении тридцати лет своей жизни храня обеты целомудрия и безбрачия. Хлебников через образы Чернотворских вестучек акцентирует семантику святости и жертвенности нового театра. Служение искусству обретает возвышенные смыслы: «*Люди! Те, кто родились, но еще не умер. Спешите идти в созерцог или созерцавель!*»³. Театр у Хлебникова получает возвышенное обозначение *созерцог/созерцавель*, восходящее к книжному слову *созерцать*. Используя прием субстантивизации, поэт акцентирует внимание на действенном характере театрального представления и на представлении как священнодействии, добавляя суффиксы *-ог* (как *чертог*) и *-авель* (как *менестрель* или *колыбель*), которые также поддерживают возвышенное значение. Далее слова *Чернотворских вестучек* подхватывает Будетлянин – именно от его лица звучат слова о новом театре:

«Созерцавель поведет вас,
Созерцебен есть вождебен,
Сборище мрачных вождей<...>»⁴.

Обновление театра у Хлебникова начинается с обновления театрального языка. Через архаические зрелищные формы поэт-футурист ведет своего зрителя к сакральному знанию – от зрелища к прозрению: *созерцебен есть вождебен*. Рифмуя эти слова, Хлебников как бы наслаивает их значения друг на

³ Победа над Солнцем. Опера в 2 дѣймах 6 картинах. Музыка М.В. Матюшина, декораций Каз.С. Малевича. Спб.: Типография «Снег», 1912. Доступно по: https://monoskop.org/images/6/66/Kruchenykh_Alexei_Pobeda_nad_solntsem_1912.pdf Ссылка активна на 05.05.2025.

⁴ Ibid.

друга: *созерцобен* указывает на место, где смотрят (созерцают), а *вождебен* – на ту роль, которую будетляне отводят новому театру: быть вождем нового искусства и властителем дум. Поэт подчеркивает силу и энергию нового театрального действия, полемизируя с предшественниками – символистами и символистским театром со свойственной ему мистикой: *силебен заменит хилебен*; будетлянский театр утверждает торжество мощи и маскулинности, в противовес символистской женственности, изнеженности и утонченности. Театр (*созерцобен*) он называет *сборищем мрачных вождей*⁵, где *сборище* имеет древнерусское значение собрания, собора (как «зрелище», «урочище», «ристалище» и т.п.). Хлебников утверждает, что на место символистскому мистицизму и неопределенности должны прийти сновидческое прозрение будущего и знание – *сно* и *зно*. Усечение слов «сновидение» и «знание» до одного слога делает их в звуковом отношении почти что двойниками – они различаются только звонкостью/глухостью первой фонемы, в остальном уподобляясь друг другу. Звуковое подобие ведет к интерференции смыслов: *сно* и *зно*, согласно замыслу поэта, ведут к *прозрению*, *провидению* и *прорицанию*.

Обращает на себя внимание хлебниковское переосмысление традиционной системы драматических жанров, которые, несмотря на внешнее преобразование, вполне узнаваемы: *мучавы* и *ужасавли* – трагедии; *веселяны*, *смеяны* и *веселогы* – комедии. Для обозначения зрителей поэт выстраивает синонимический ряд из *внимательных видух, созерцалей и глядарей*. Из всех этих синонимов наиболее прозрачной семантикой обладает, на наш взгляд, слово *глядарь* – человек, который *глядит*. Грамматический облик слова определяет суффикс *-арь*, характерный для слов мужского рода, которые обозначают лицо, производящее действие, названное мотивирующим словом (звонарь, лекарь, пахарь, пекарь, писарь и т.п.). Два других синонима имеют более сложную природу: *видухи* – не только те, кто видит, но также связаны с *дúхами*; *созерцали* – не только зрители, но и те, кто со-зерцает, то есть смотрит вместе с другими. Любопытно, что фонетическое совпадение придуманной Хлебниковым формы множественного числа существительного *созерцали* (от существительного в единственном числе *созерцаль*) не сливается с уже существующей в русском языке глагольной формой *созерцали* (от инфинитива *созерцать*) и воспринимается именно как новое слово. В ряду *видухи* – *созерцали* – *глядари* только первое слово относится к женскому роду, два других – к мужскому. Особенно интересно обозначены поэтом персонажи, участвующие в представлении: «*минавы, бывавы, певавы, бытавы, идуньи, зовавы, величавы, судьбоспоры и малюты*»⁶. *Герои, в которых автор акцентирует связь с прошлым, настоящим и будущим, – минавы, бытавы, бывавы*. Окказионализмы Хлебникова звучат как поэтизмы, поскольку в процессе их создания поэт ориентируется не только на значение, но в первую очередь на звучание слова, близость этого звучания и даже полное совпадение окончаний слов. Присутствие близких в фонетическом отношении слов в одном ряду – *минавы, бывавы, певавы, бытавы, зовавы, величавы* – создает характерный для Хлебникова эффект медитативной ауры, ауры зачатия – вспомним его стихотворение «Заклятие смехом». Концептуально пролог к «Победе над Солнцем» перекликается с «Заклятием смехом»: в обоих произведениях поэт вступает как древний шаман, заклинатель и прорицатель. Все это указывает на то, что поэзия и театр Хлебникова имеют общие корни с площадным действием и священнодействием. Так появляются в театральном действе *зовавы* и *полунебесные оттудни*.

Хлебников активно вводит древнерусскую лексику, сочетая ее с близкими по звучанию и значению окказионализмами: «*Малюты утроги и утравы расскажут, кем будете*»⁷. Древнерусское имя собственное Малюта он использует как нарицательное с тем же значением: в переводе с древнегреческого, к которому это имя восходит, оно означает «забота». *Малюты утроги и утравы* – это те, кто заботится о том, чтобы представление трогало души и заставляло работать воображение; префикс *у-* при этом призван усилить обозначаемое отглагольным существительным (*девербативом*) значение/действие. Параллельно ряду *минавы – бытавы – бывавы* возникает ряд *никогдавли – иногдавли – воображавли*, который перекликается с ним по смыслу в плане жизни/смерти, утверждения/отрицания, реального/ирреального, бытия/небытия. Действует единый принцип повтора/нагнетания слов с одинаково звучащими, благозвучными окончаниями, что способствует созданию завораживающей поэтической рифмы и напевного ритма, благодаря чему слова приобретают молитвенное звучание, что перекликается с модернистской (символистской) установкой театра-храма, которая была близка многим современникам

⁵ Ibid.⁶ Ibid.⁷ Ibid.

Хлебникова. Особенно заметен контраст общеупотребительной и окказиональной лексики в случае их соположения, как в следующем примере: «*Воин, купец и пахарь. За вас подумал грезничий, песнило и снахарь*»⁸. Благодаря рифмующемуся третьему слову в ряду перечислений (пахарь – снахарь), обе группы слов воспринимаются не по отдельности, а вместе: первые три – как возможные зрители, люди приземленных профессий; три вторые – как творцы, авторы спектакля (дейма). Окказиональное поэтическое слово «снахарь» аккумулирует в себе два слова – «сон» и «знахарь», т.е. тот, кто «знает сны» и «лечит снами». Это окказиональное слово имеет общие значения с другим, с которого начинается этот ряд, – *грезничий*, т.е. тот, кто отвечает за грезы, сны. Значение вытекает из формы самого слова, построенного по модели *лесничий, кормчий*, так что носителю языка, посвященному в эти языковые тонкости, не сложно домыслить значение слова *грезничий*. Подобно театральному теоретику и практику Николаю Евреинову, Хлебников высказывается о врачующей силе театра и даже назначает специальных лиц, призванных с этой стороны позаботиться о зрителях: «*Свиногои и песногои утрут слезу*»⁹.

Центральное место в театральной иерархии Хлебникова занимают, как и положено, актеры, режиссер и автор – три основные силы представления: «*Обликмены деебна в полном ряжебне пройдут, направляемые указуем волхвом игор, в чудесных ряжевых, показывая утро, вечер дееск, по замыслу мечтахаля, сего небожителя деин и деядеесь*» [10: 4]. Хлебников как будто бы реконструирует не реально существовавшие формы древнерусского языка, но возможные формы всеславянского/панславянского языка, видя в нем потенциал искусства будущего. *Мечтахарь*, т.е. автор, назван *небожителем деен*. Хлебников концептуализирует собственные неологизмы, благодаря чему, помимо поэтически возвышенного звучания, они обладают важной для его театральной концепции смыслами: в слове «мечтахарь» поэт использует непродуктивную на тот момент словообразовательную модель, однако вполне узнаваемую его современником. Хлебников ориентируется на слова типа *пахарь, знахарь*, придумывая сходное по форме слово *мечтахарь*, благодаря чему корневая семантика этого слова, образованного от глагола *мечтать*, обогащается корневой и суффиксальной семантикой слов *пахарь* (от *пахать*) и *знахарь* (от *знать*).

Согласно театральной концепции Хлебникова, создание пьесы не только творческий процесс, сновидение (пьеса как *сно*), фантазия или мечта (ее создает *мечтахарь* при помощи *грезосвиста*), но и труд по возделыванию почвы культуры (труд *мечтахаря* как *пахаря*). Окказионализмы Хлебникова, помимо стилизованной поэтической формы (под древнерусскую поэтическую форму), обладают повышенной смысловой емкостью благодаря внедрению в их структуру частей слов из общеупотребительной лексики либо устаревших слов, как, например, в следующем фрагменте пролога: «*В детинце созерцога “Будеславль” есть свой подсказчук. Он позаботится, чтобы говоровья и певавы шли гладко не брели ротно, но достигнув княжебна над слухатаями, избавили бы людняк созерцога от гнева суздалей*»¹⁰. Здесь Хлебников сгущает и наслаивает значения разных придуманных им слов друг на друга, но делает это таким образом, чтобы не запутать слушателя, а, напротив, прояснить значение каждого из этих слов. Окказиональное слово, взаимодействуя с другими словами, как окказиональными, так и общеупотребительными, проясняет свое значение прямо на глазах у зрителя. Зрительское ожидание, которое традиционно воспринимается как нечто, мешающее художеству, в случае с Хлебниковым идет на пользу усвоению неизвестного: пропущенная сквозь инерцию восприятия, новаторская лексика становится понятной зрителю, приобщает его к тайне, открывает пути театрального преображения. Современную иноязычную театральную лексику Хлебников архаизирует под исконно русскую, вследствие чего его окказиональная терминология обретает глубину и поэтичность: театр – *созерцог, созерцавель, преображавель*; действие – *созерцебен, сно и зно*; автор – *грезничий*; композитор и автор либретто – *песнило*; актеры – *обликмены деебна*, костюмы – *ряжебны*; режиссер – *снахарь, волхв игор, небожитель деен*; певцы хора – *говоровья и певавы*; суфлер – *подсказчук*; власть над слушателями – *княжебен над слухатаями*. Благодаря приему остранения, Велимир Хлебников обновляет не только словарь театра, но само театральное искусство, его художественный язык, устанавливает новые правила драматургической и театральной коммуникации [15; 16], делая слух зрителя более чутким и восприимчивым ко всему новому, креативному.

⁸ Ibid.

⁹ Ibid.

¹⁰ Ibid.

Построение экспериментального футуристического театра Хлебников продолжил в собственной оригинальной пьесе «Снежимочка», которая вместе с трагедией «Владимир Маяковский» и «Победой над Солнцем» была частью театрального проекта «Будетлянин» (1913), однако ее постановка не была осуществлена, возможно, потому, что это была самая сложная для воплощения на сцене из всех представленных пьес. Концептуально «Снежимочка» вписывалась во всеславянский проект Хлебникова, являясь прямой отсылкой к «Снегурочке» А.Н. Островского, самой народной и самой русской из всех пьес «замоскворецкого» драматурга. В ней работа над словом велась приблизительно в том же направлении, что и в прологе «Победы над Солнцем». В «Снежимочке» проявилась одна из наиболее важных авторских стратегий – стилизация под славянскую старину и эстетизация славянских корней, которая позволила Хлебникову и в сюжете, и в языке обнаружить искомые славянские начала и развить их в собственном творческом ключе. Эти же задачи поэт преследовал в «Маркизе Дзэс», вводя в пьесу образы из славянской мифологии. Так, Лель, пастушок, играющий на свирели, и, одновременно, бог любви и любовной страсти у славян, становится одним из действующих лиц пьесы. Его появление в «Маркизе Дзэс» неожиданно – на выставке мирискусников он сходит прямо с холста и становится одним из действующих лиц:

Лель (сходя)
*В взоров море **тону**чи,*
*Я хожу одетый в **ону**чи.*
*В **сегоденки-лапотки***
*Я воткнул стоять **цветки**.*
*Вокруг пуговиц **сорочки***
*Легли **синие цветочки**.*
Все
Он чудо! Он прелесть!
*Он **милка**!*
*От восторга **выпала** моя **челюсть**,*
*Соседка, **передайте** мне **вилку**!*
Ценитель
*О! Это **тонко**. **Весьма**!*
*Вы заметили, **какая нежность** **письма**?*
Любитель
*Да! **Здесь что-то есть**!*
*Не знаете, **здесь можно** **поесть**?*
Писатель
*Какой **образ**, какой **образ**! **Пойду и запишу**.*
Любитель
*Пойду и **что-нибудь перекушу**.*
Ценитель
*Я, **идучи сюда**, **уже перекусил**.*
*Но он **немного** **здесь перекусил**¹¹.*

Именно с образом Леля в пьесу входит славянский колорит, с которым диссонирует общая атмосфера выставки, где посетители более озабочены угощением, чем искусством. Как и в «Снежимочке», в «Маркизе Дзэс» славянская старина фантастическим образом вторгается в современность, вступая с ней в игру и соперничество. Лель и его одеяние (*ону*чи и *лапотки*) в большей степени причастны искусству, чем разговоры экзальтированных посетителей выставки. Полемически направленная в отношении мирискусников и эпохи модерна в целом, «Маркиза Дзэс» позволяла Хлебникову решить задачи собственного искусства, связанные с поисками всеславянского языка, первобытного языка, языка богов.

Заключение

В основе языковых, литературных, драматургических и театральных – в широком смысле поэтических – экспериментов Велимира Хлебникова лежала идея преобразования мира через слово. Нами

¹¹ Хлебников В. Творения. Москва: Советский писатель, 1986. Доступно по: https://imwerden.de/pdf/khlebnikov_tvoreniya_1986__ocr.pdf. Ссылка активна на 05.05.2025.

было установлено, что лингвокреативность Хлебникова в драматическом и театральном дискурсе проявлялась в словотворчестве и архаизации лексики через использование славянских корней и замену иноязычных слов на славянизмы, а также в языковой игре, построенной на обращении одного слова в другое, преобразении слов, придании наиболее значимым из них сакральных значений. В сфере театра и драмы лингвокреативность работала на создание современного авангардного театра как уникального явления. Поиски Велимира Хлебникова перекликались с идеями Николая Евреинова, с которым он был лично знаком и близко общался. Эстетическая и ценностная установка, которая была близка театру и режиссеру Евреинову, обращавшемуся к практике реконструкции средневековых представлений, была близка и Хлебникову, также заинтересованному в актуализации театральной и иной художественной архаики. Вместе с Алексеем Крученых он прибегнул к острашению жанра оперы, превратившегося в начале XX века в архаический искусственный жанр. Будетлянская задача, которую оба поэта смело взяли на себя, состояла в преобразении рутинного жанра в обновленный жанр. Рождение нового искусства должно было совершиться из театрально-музыкальной архаики. Ими было задумано и осуществлено превращение искусственного, нарочито бутафорского – в искусство. Хлебников углублялся в языковую архаику, понимая, что произведение, написанное исключительно новым словом, не задевает сознания читателя/зрителя. Лингвистические изыскания Хлебникова, нашедшие выражение в его концепции всемирного языка, по сути имели квазиисторический постромантический характер. Оставляя за собой роль творца и провидца и следуя выработанной им еще в ранней юности идее метабиоза, Хлебников через языковую архаику стремился к обновлению языка и искусства. Несмотря на уязвимость лингвистической концепции всемирного языка, его художественно-эстетические поиски были уникальны. Благодаря концепции метабиоза в хлебниковском слове зазвучало время – прошлое он связал с будущим, обращая *археологию слова* в *неологию*. Провидческий характер и новаторские принципы художественных решений позволили ему занять заметное место в истории авангардного движения XX столетия.

Список литературы

1. Дуганов Р.В. Велимир Хлебников. Природа творчества. Москва: Советский писатель, 1990. Доступно по: https://imwerden.de/pdf/duganov_khlebnikov_priroda_tvorchestva_1990_ocr.pdf. Ссылка активна на 05.05.2025.
2. Пенская Е.Н. Хлебников и Сухово-Кобылин. К проблеме текстологии русского космизма. *Имагология и компаративистика*. 2019; 12: 158-180. Доступно по: <https://cyberleninka.ru/article/n/hlebnikov-i-suhovo-kobylin-k-probleme-tekstologii-russkogo-kosmizma>. Ссылка активна на 05.05.2025. <https://doi.org/10.17223/24099554/12/8>.
3. Страшкова О.К. Условность как общий художественный приём драматургии модернизма и авангарда. *Филологические науки. Вопросы теории и практики*. 2016; 1(55): 70-74. Доступно по: <https://cyberleninka.ru/article/n/uslovnost-kak-obschii-hudozhestvennyy-priyom-dramaturgii-modernizma-i-avangarda>. Ссылка активна на 05.05.2025.
4. Шевченко Е.С. Драматургическое новаторство В. Хлебникова. *Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики*. 2017; 2: 208-217. Доступно по: <https://cyberleninka.ru/article/n/dramaturgicheskoe-novatorstvo-v-hlebnikova>. Ссылка активна на 05.05.2025.
5. Байдин В. Языковая утопия Велимира Хлебникова. *Modernités russes Année*. 2009; 8: 375-384. Доступно по: https://www.persee.fr/doc/modru_0292-0328_2009_num_8_1_1477. Ссылка активна на 05.05.2025. Ссылка активна на 05.05.2025.
6. Григорьев В.П. Будетлянин. Москва: Языки русской культуры, 2000. Доступно по: <https://rnga.ru/upload/main/Hlebnikov%20anthology%20T2/741%20749.pdf>. Ссылка активна на 05.05.2025.
7. Зыкова И.В., Соколова О.В. Языковой эксперимент как установка на идиоматизацию в манифестах кубофутуристов: идиоматика авангарда. *Вопросы когнитивной лингвистики*. 2019; 2: 7-20. Доступно по: https://philjournal.ru/vypuski/arkhiv-nomerov/section.php?ELEMENT_ID=2348 Ссылка активна на 05.05.2025. <https://doi.org/10.20916/1812-3228-2019-2-7-20>.
8. Якобсон Р. Работы по поэтике. Москва: Прогресс, 1987: 250-253 Доступно по: https://imwerden.de/pdf/yakobson_raboty_po_poetike_1987__ocr.pdf. Ссылка активна на 05.05.2025.
9. Якобсон Р. Будетлянин науки: Воспоминания, письма, статьи, стихи, проза. Москва: Гилея, 2012. Доступно по: https://vk.com/wall-68638203_3987. Ссылка активна на 05.05.2025.

10. Крученых А.Е. К истории русского футуризма: Воспоминания и документы. Москва: Гилея, 2006. Доступно по: https://imwerden.de/pdf/kruchyonykh_k_istorii_russkogo_futurizma_2006__izd.pdf. Ссылка активна на 05.05.2025.
11. Андреева С.Л., Бедрикова М.Л. Концепты «Время» и «Ускорение» как константы утопического типа сознания на материале сверхповести «Зангеzi». *Вестник Томского государственного университета. Филология*. 2023. 82: 191-217. Доступно по: <https://cyberleninka.ru/article/n/kontsepty-vremya-i-uskorenie-kak-konstanty-utopicheskogo-tipa-soznaniya-v-sverhpovesti-v-hlebnikova-zangezi> Ссылка активна на 05.05.2025. <https://doi.org/10.17223/19986645/82/9>.
12. Фаритов В.Т. Слово в романе и слово в мифе: М.М. Бахтин и А.Ф. Лосев. *Вестник Томского государственного университета. Филология*. 2022. 80: 306-317. Доступно по: <https://cyberleninka.ru/article/n/slovo-v-romane-i-slovo-v-mife-m-m-bahtin-i-a-f-losev>. Ссылка активна на 05.05.2025.. <https://doi.org/10.17223/19986645/80/15>.
13. Семенова Н.В. Антитеатр Велимира Хлебникова и Дмитрия Александровича Пригова. *Русская литература*. 2019; 1: 208-227. Доступно по: <https://www.academia.edu/41730958>. Ссылка активна на 05.05.2025. <https://doi.org/10.31860/0131-6095-2019-1-208-227>.
14. Киосе М.И. Интрадискурсивная лингвокреативность: алгоритм измерения. *Вестник Санкт-Петербургского университета. Язык и литература*. 2023; 20(4): 803-823. Доступно по: <https://languagejournal.spbu.ru/article/view/18580>. Ссылка активна на 05.05.2025. <https://doi.org/10.21638/spbu09.2023.408>.
15. Фещенко В.В. Лингвокреативность в художественном и научном дискурсах. *Лингвокреативность в дискурсах разных типов: пределы и возможности*. Отв. ред. Зыкова И.В. Москва: Р. Валент. 2021. 190-257. Доступно по: https://infoplex.ru/elibrary_47182124_28026864.pdf. Ссылка активна на 05.05.2025.
16. Shevchenko V.D., Shevchenko E.S. Cognitive and pragmatic peculiarities of positive and negative food representation in Russian media discourse. *Вестник Санкт-Петербургского университета. Язык и литература*. 2021; 18(2): 417-431. Доступно по: <https://cyberleninka.ru/article/n/cognitive-and-pragmatic-peculiarities-of-positive-and-negative-food-representation-in-russian-media-discourse>. Ссылка активна на 05.05.2025. <https://doi.org/10.21638/spbu09.2021.210>.

References

1. Duganov RV. Velimir Khlebnikov. The nature of creativity. Moscow: Soviet writer, 1990. Available at: https://imwerden.de/pdf/duganov_khlebnikov_priroda_tvorchestva_1990__ocr.pdf. Accessed May 5, 2025. (In Russ.).
2. Penskaya EN. Khlebnikov and Sukhovo-Kobylin. On the issue of the textual theory of Russian cosmism. *Imagology and comparative studies*. 2019; 12: 158-180. <https://doi.org/10.17223/24099554/12/8>. (In Russ.).
3. Strashkova OK. Conventionality as a general artistic device of the drama of modernism and the avant-garde. *Philological Sciences. Issues of Theory and Practice*. 2016; 1(55): 70-74. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/uslovnost-kak-obschiy-hudozhestvennyy-priyom-dramaturgii-modernizma-i-avangarda>. Accessed May 5, 2025. (In Russ.).
4. Shevchenko ES. V. Khlebnikov's dramatic innovation. *Current Issues in Philology and Pedagogical Linguistics*. 2017; 2: 208-217. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/dramaturgicheskoe-novatorstvo-v-hlebnikova>. Accessed May 5, 2025. (In Russ.).
5. Baidin V. Velimir Khlebnikov's linguistic utopia. *Modernités russes Année*. 2009; 8: 375-384. Available at: https://www.persee.fr/doc/modru_0292-0328_2009_num_8_1_1477. Accessed May 5, 2025. (In Russ.).
6. Grigoriev VP. Budetlyanin. Moscow: Languages of Russian Culture, 2000. Available at: <https://russian-way.rhga.ru/upload/main/Hlebnikov%20anthology%20T2/741%20749.pdf>. Accessed May 5, 2025. (In Russ.).
7. Zykova IV, Sokolova OV. Language experiment as an installation for idiomatization in the manifestos of cubofuturists: idiomatics of the avant-garde. *Issues of Cognitive Linguistics*. 2019; 2: 7-20. <https://doi.org/10.20916/1812-3228-2019-2-7-20>.
8. Jakobson R. Works on poetics. Moscow: Progress Publishing house. 1987: 250-253 Available at: https://imwerden.de/pdf/yakobson_raboty_po_poetike_1987__ocr.pdf. Accessed May 5, 2025. (In Russ.).
9. Jakobson R. I will be a man of science: Memoirs, letters, articles, poems, prose. Compilation, text preparation, introductory articles and comments by Bengt Yangfeldt. Moscow: Gileya Publishing house, 2012. Available at: https://vk.com/wall-68638203_3987. Accessed May 5, 2025. (In Russ.).

10. Kruchenykh AE. On the history of Russian Futurism: Memoirs and documents. Moscow: Gileya, 2006. Available at: https://imwerden.de/pdf/kruchyonykh_k_istorii_russkogo_futurizma_2006__izd.pdf. Accessed May 5, 2025. (In Russ.).
11. Andreeva SL, Bedrikova ML. The concepts of “Time” and “Acceleration” as constants of the utopian type of consciousness based on the material of the super-message “Zangezi”. *Bulletin of Tomsk State University. Philology*. 2023; 82: 191-217. <https://doi.org/10.17223/19986645/82/9>. (In Russ.).
12. Faritov VT. The word in the novel and the word in the myth: M.M. Bakhtin and A.F. Losev. *Bulletin of Tomsk State University. Philology*. 2022; 80: 306-317. <https://doi.org/10.17223/19986645/80/15>. (In Russ.).
13. Semenova NV. The antitheater of Velimir Khlebnikov and Dmitry Alexandrovich Prigov. *Russian literature*. 2019; 1: 208-227. Available at: <https://www.academia.edu/41730958>. Accessed May 5, 2025. (In Russ.).
14. Kiose MI. Intradiscursive linguistic creativity: a measurement algorithm. *Bulletin of St. Petersburg University. Language and literature*. 2023; 20(4): 803-823. <https://doi.org/10.21638/spbu09.2023.408>. (In Russ.).
15. Feshchenko VV. Linguistic creativity in artistic and scientific discourses. Linguistic creativity in different types of discourses: limits and possibilities. Ed. Zytkova IV. M.: R. Valent: 2021: 190-257. Available at: https://infolex.ru/elibrary_47182124_28026864.pdf. Accessed May 5, 2025. Accessed May 5, 2025. (In Russ.).
16. Shevchenko VD, Shevchenko ES. Cognitive and pragmatic features of positive and negative food representations in Russian media discourse. *Bulletin of St. Petersburg University. Language and Literature*. 2021; 18(2): 417-431 <https://doi.org/10.21638/spbu09.2021.210>. (In Eng.).

История статьи:

Получена: 29.03.2025

Принята: 21.04.2025

Опубликована онлайн: 25.06.2025

Article history:

Received: 29.03.2025

Accepted: 21.04.2025

Published online: 25.06.2025

Сведения об авторе:

Шевченко Екатерина Сергеевна, доктор филологических наук, профессор, Самарский национальный исследовательский университет имени академика С.П. Королева; Самара, Российская Федерация; e-mail: e.shevchenko@ssau.ru.

Bionote:

Ekaterina S. Shevchenko, Prof.Dr.habil. (Philology), Samara National Research University; Samara, Russian Federation; e-mail: e.shevchenko@ssau.ru.



Статья опубликована на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0 International (CC-BY 4.0).

This is an open access article distributed under the terms of Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC-BY 4.0)

Оригинальная статья

УДК 81'42+811.161.1

<https://doi.org/10.29025/2079-6021-2025-2-193-201>Креативный потенциал лексемы *чародей*
в художественной литературе XX – начала XXI вв.*Сегал Н.А.¹, Налбандова П.С.², Богданович Г.Ю.³^{1,2,3} Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского;
295007, Российская Федерация, Симферополь, проспект Академика Вернадского, 4;¹ORCID ID: 0000-0002-8213-5050;²ORCID ID: 0009-0002-3836-390X³ORCID ID: 0009-0008-1468-8877;¹Web of Science Researcher ID: AET-1766-2022;²Web of Science Researcher ID: LCY-0670-2024;¹Scopus Author ID: 57210789451;¹SPIN-код: 1068-7693; ²SPIN-код: 8598-2495;³SPIN-код: 2877-8897*e-mail: Natasha-segal@mail.ru

Аннотация: Целью предлагаемой статьи является установление особенностей реализации образа *чародея* в художественных текстах XX – начала XXI вв. Устанавливаются, анализируются и систематизируются теоретические положения, связанные с определением лингвистических характеристик художественного дискурса, выявляются и описываются фрагменты художественных текстов (более 140 языковых фактов), реализующих образ *чародея* на уровне вторичной номинации. Выделяются ключевые семантические компоненты, лежащие в основе метафоризации образа *чародея* в художественных текстах различных временных периодов. На основе фактического материала, собранного в Национальном корпусе русского языка методом сплошной выборки, анализируются ключевые тематические группы, организуемые на основе метафорического образа *чародея*, выявляются семантико-прагматические особенности его реализации при формировании языковых фактов, отличных от денотативного содержания. Доказывается, что контексты, которые построены на основе интегрального компонента *чародей*, имеют свойство отражать как позитивно маркированные, так и негативные действия, события и ситуации, что приводит к появлению двойственной коннотации при реализации лексемы *чародей* в художественной литературе на уровне вторичной номинации, расширении лексического значения исследуемой единицы. Ключевыми методами в статье послужили описательный и интерпретационный методы, метод сплошной выборки, компонентный анализ, а также элементы количественного анализа и метод моделирования, что позволило установить как наиболее частотные, так и единичные метафорические образы с интегральным компонентом *чародей*, реализуемые в художественных текстах XX – начала XXI вв. Доказанная в проведенном исследовании сложность и многокомпонентность метафорического образа *чародея*, наличие при реализации в художественных текстах эксплицитных и имплицитных семантических компонентов, формирующих новые значения и оттенки значений анализируемой лексемы с учетом интралингвистических и экстралингвистических факторов, определяют ее важное место в художественных текстах XX – начала XXI вв.

Ключевые слова: художественный текст, метафорическое моделирование, метафорический образ, денотативное содержание, коннотация, чародей.

Для цитирования: Сегал Н.А., Налбандова П.С., Богданович Г.Ю. Креативный потенциал лексемы *чародей* в художественной литературе XX – начала XXI вв. *Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики*. 2025. № 2. С. 193–201. <https://doi.org/10.29025/2079-6021-2025-2-193-201>.

Original Paper

<https://doi.org/10.29025/2079-6021-2025-2-193-201>

**The Creative Potential of the Enchanter Lexeme
in Literary Texts of the XX – Early XXI Centuries**

Natalya A. Segal¹, Polina S. Nalbandova², Galina Yu. Bogdanovich³

^{1,2,3} V.I. Vernadsky Crimean Federal University;

⁴ Academician Vernadsky Ave, Simferopol, Russian Federation, 295007;

¹ORCID ID: 0000-0002-8213-5050; ²ORCID ID: 0009-0002-3836-390X;

³ORCID ID: 0009-0008-1468-8877;

¹Web of Science Researcher ID: AET-1766-2022;

²Web of Science Researcher ID: LCY-0670-2024;

¹Scopus Author ID: 57210789451;

¹SPIN-code: 1068-7693; ²SPIN-code: 8598-2495; ³SPIN-code: 2877-8897

*e-mail: Natasha-segal@mail.ru

Abstract: The paper aims at establishing the specifics of the image of the enchanter in literary texts of the XX-early XXI centuries. Theoretical provisions related to the definition of linguistic characteristics of literary discourse are established, analyzed and systematized, fragments of literary texts (more than 140 linguistic facts) that depict the image of an enchanter at the level of a secondary nomination are identified and described. The key semantic components underlying the metaphorization of the enchanter's image in literary texts of various time periods are highlighted. Based on the factual material collected in the National Corpus of the Russian Language by the continuous sampling method, the key thematic groups organized on the basis of the metaphorical image of the enchanter are analyzed, the semantic and pragmatic features of its implementation in the formation of linguistic facts other than denotative content are revealed. It is proved that contexts that are built on the basis of the integral component of the enchanter tend to reflect both positively labeled and negative actions, events and situations, which leads to the appearance of a dual connotation when implementing the enchanter lexeme in fiction at the level of secondary nomination, expanding the lexical meaning of the unit under study. The key methods in the article are descriptive and interpretative methods, continuous sampling, component analysis, as well as elements of quantitative analysis and modeling, which allowed us to identify both the most frequent and single metaphorical images with an integral component of the enchanter, implemented in literary texts of the XX-early XXI centuries. The complexity and multicomponence of the metaphorical image of the enchanter proved in the study, the presence of explicit and implicit semantic components in the implementation of literary texts, forming new meanings and shades of meanings of the analyzed lexeme, taking into account intralinguistic and extralinguistic factors, determine its important place in literary texts of the XIX-XX centuries.

Keywords: literary text, metaphorical modeling, metaphorical image, denotative content, connotation, magician.

For citation: Segal N.A., Nalbandova P.S., Bogdanovich G.Yu. The creative potential of the enchanter lexeme in literary texts of the XX – early XXI centuries. *Current Issues in Philology and Pedagogical Linguistics*. 2025, no 2, pp. 193–201. <https://doi.org/10.29025/2079-6021-2025-2-193-201> (In Russ.).

Введение

Каждый человек в отдельности и общество в целом испокон веков интересовались событиями, ситуациями, фактами, происхождение которых было невозможно объяснить с позиции логики. Магические представления, характерные для народной культуры, определили появление и распространение образа чародея, в лексикографических источниках интерпретируемого в двух ключевых значениях: 1. Волшебник, колдун (человек, практикующий волшебство (колдовство, магию) для воздействия на людей или природу либо для получения знания или мудрости посредством сверхъестественных явлений) и 2. Чарующий, пленяющий чем-либо человек (тот, кто обладает необыкновенной силой воздей-

ствия на кого-либо или необыкновенными знаниями, мастерством, способностями)¹. Этот образ стал и остается одним из центральных не только в мифологических представлениях русского народа, но и в художественной литературе, глубоко и полно отражая ожидания, желания и страхи носителей русской лингвокультуры. Данный тезис обуславливает значимость изучения особенностей реализации лексемы *чародей* в художественной литературе XX – начала XXI вв.

Обзор литературы

Одно из центральных свойств сознания человека заключается в том, что он предрасположен к образному мышлению, наделению того или иного субъекта или объекта нетипичными для него характеристиками. Ключевой сферой реализации данного тезиса, безусловно, становится художественный текст, который появляется и функционирует с опорой на тесно связанные друг с другом явления: культуру, мышление и язык (работы М. М. Бахтина [1], Ю. М. Лотмана [2], В. Г. Гака [3], И. Р. Гальперина [4], Б. М. Гаспарова [5], Е. М. Верещагина [6], В. Г. Костомарова [7] и др.). Как отмечает В. М. Швецова, «слова в тексте как основные единицы коммуникации способны отражать процессы развития семантики в системе русского языка. В художественном тексте это происходит за счет маркирования их содержательно-смыслового потенциала в сознании читателя и организации на данной основе единицы с актуализируемым значением, отличающейся голографической природой (возможностью объединять разноплановые по характеру и типу значения слова – исходное семантическое, ассоциативное, понятийное и др.; способностью отражать смысловое поле текста, в котором она употребляется, а также реализовывать отдельно в коммуникативном пространстве русского языка каждое из сформировавшихся в условиях текста значений)» [8: 40]. Таким образом, комплексное исследование связи слов в их прямом и переносном значении позволяет изучить формирующиеся в художественном тексте образы, дает возможность лингвистам и представителям иных научных сфер глубоко и полно проанализировать образный, ценностный и манипулятивный потенциал метафор, участвующих в формировании художественной картины мира [9; 10; 11; 12].

Бесспорным представляется тот факт, что сила воздействия метафоры определяется мощным энергетическим зарядом, которому трудно противостоять вовлеченному адресату художественного текста. Так, П. А. Флоренский подчеркивает следующее: «Чтобы язык жил полной жизнью и осуществлял свои возможности, надо освободить индивидуальную языковую энергию [...]. Процесс речи есть [...] взаимопроращение энергии индивидуального духа и энергии общечеловеческого разума. И поэтому в слове, как при встрече двух энергий, необходимо есть форма и той, и другой. Внешняя форма служит общему разуму, а внутренняя – индивидуальному. ... Слово синэргетично» [13: 211]. Таким образом, в метафоре происходит совмещение двух энергий: устоявшейся конвенциональной формы и неконвенциональности и эмоциональности содержания, наполняющего ее [14: 46]. По мнению исследователей, «метафора, на первый взгляд, чрезвычайно расширяет, «расщепляет» пути мышления, но одновременно она задает креативное (интерпретативное) поле смыслов, сужает его до известных пределов, а точнее, до заданных структурой аналогий возможных аттракторов» [15: 61]. Именно креативный потенциал метафоры в художественном тексте лежит в основе формирования широкого спектра образов и ассоциаций, выходящих далеко за пределы денотативного значения слова.

Цель статьи

Лексема *чародей* при реализации в художественном тексте характеризуется сложностью и многокомпонентностью структуры и широким ассоциативным потенциалом. Динамичный характер данной единицы и возможность иллюстрировать различные экстралингвистические факты делают ее важной составляющей художественной картины мира. Целью предлагаемой статьи является исследование особенностей реализации креативного потенциала лексемы *чародей* в художественных текстах XX – начала XXI вв.

Задачи работы включали систематизацию и анализ научного теоретического материала, посвященного описанию особенностей метафоры как объекта лингвистических исследований; определению ме-

¹ Большой толковый словарь русского языка / [гл. ред. С. А. Кузнецов]. Санкт-Петербург : Норинт; Москва : Рипол классик, 2008. – 1534, [1] с.; 27 см. – (Библиотека энциклопедических словарей (БЭС)). Доступно по: [https://gramota.ru/poisk?query=чародей&mode=slovari&dicts\[\]=42](https://gramota.ru/poisk?query=чародей&mode=slovari&dicts[]=42). Ссылка активна на: 30.05.2025. Bol'shoj tolkovyj slovar' russkogo yazyka / [gl. red. S. A. Kuznecov]. Sankt-Peterburg : Norint; Moskva : Ripol klassik, 2008. – 1534, [1] s.; 27 sm. – (Biblioteka enciklopedicheskikh slovarej (BES)).; Available at: [https://gramota.ru/poisk?query=чародей&mode=slovari&dicts\[\]=42](https://gramota.ru/poisk?query=чародей&mode=slovari&dicts[]=42). Accessed May 30, 2025. (In Russ.).

ста языковой единицы *чародей* в русской наивной картине мира; установлению корпуса контекстов (более 210 языковых фактов), эксплицирующих метафорический образ *чародея* в художественных текстах; описанию денотативных, коннотативных и прагматических особенностей данной единицы при ее реализации в классических произведениях различных временных периодов; систематизации и анализу образов, построенных на основе метафоры *чародей*; сопоставлению интегральных и дифференциальных признаков моделируемых в контекстах метафор.

Методы и материал исследования

Объект исследования обусловил значимость интегративного подхода, предполагающего использование собственно лингвистических и общегуманитарных методов исследования: метода компонентного анализа – для установления семной структуры исследуемого слова; метода контекстологического анализа – для установления образно-ассоциативных смыслов, закодированных во внутренней форме языковых единиц вторичной номинации; метода лингвистического моделирования – для построения метафорических конструкций. Ключевыми методами исследования являются метод сплошной выборки, посредством которого представляется возможным конструирование метафорического образа чародея. Источником фактического материала является Национальный корпус русского языка (художественный подкорпус). Представленная картотека примеров (более 210 языковых фактов) позволяет говорить о сложности и многокомпонентности метафорического образа чародея, его широком коннотативном потенциале и возможности транслировать в контексте как позитивные, так и негативные образы.

Результаты и дискуссия

Анализ корпуса художественных текстов исследуемого периода позволяет говорить о многогранности и полифункциональности образа чародея, его широком креативном потенциале. Обратим внимание на наиболее показательные языковые факты.

Метафорическая модель «чародей – это источник зла»

Так, в художественных текстах лексико-семантический вариант «волшебник, колдун (человек, практикующий волшебство (колдовство, магию) для воздействия на людей или природу либо для получения знания или мудрости посредством сверхъестественных явлений)» зачастую приобретает конкретизацию и реализуется в контекстах с негативной коннотацией, моделируемой за счет контекстного окружения: «Заскрипели старые сосны, и на опушке **выехал верхом на вепре страшный чародей**» (Л. А. Чарская. Дуль-Дуль, король без сердца, 1912)². Негативный образ чародея в художественной литературе подчеркивается в случаях противопоставленности веры и мистики, которую зачастую представляют ведьмы и чародеи: «Раньше церковь объясняла голод, эпидемии, природные бедствия как кару за слабость веры, за попустительство еретикам, неверным евреям, морискам, или **колдовством ведьм и чародеев**» (Игорь Ефимов. Суд да дело // «Звезда», 2001)³; «Все **чародеи сами по себе – уже оборотни**» (Алексей Иванов (Алексей Маврин). Псоглавцы. Гл. 1-20, 2011)⁴.

Исследуемые тексты демонстрируют, что лексема *чародей* зачастую используется в составе однородных рядов, включающих субъектов, наделенных мистической силой: «Вместе с тем он не брезговал другою рукою раздавать милости **волхвам и чародеям**» (П. И. Ковалевский. Иоанн Грозный, 1900-1910)⁵; «Нынче разных **чародеев, магов и прочих экстрасенсов** наимодно посещать стало» (Алексей Иванов. Победитель Хвостика, 1990-1991)⁶; «Королева, секунду внимания: **император Рудольф, чародей и алхимик**» (М. А. Булгаков. Мастер и Маргарита, часть 2, 1929-1940)⁷.

² Л. А. Чарская. Дуль-Дуль, король без сердца. Доступно по: <https://ruscorpora.ru/results>. Ссылка активна на: 28.05.2025. Available at: <https://ruscorpora.ru/results>. Accessed May 28, 2025. (In Russ.).

³ Игорь Ефимов. Суд да дело. «Звезда». Доступно по: <https://ruscorpora.ru/results>. Ссылка активна на: 28.05.2025. Available at: <https://ruscorpora.ru/results>. Accessed May 28, 2025. (In Russ.).

⁴ Алексей Иванов (Алексей Маврин). Псоглавцы. Гл. 1 – 20. Доступно по: <https://ruscorpora.ru/results>. Ссылка активна на: 28.05.2025. Available at: <https://ruscorpora.ru/results>. Accessed May 28, 2025. (In Russ.).

⁵ П. И. Ковалевский. Иоанн Грозный. Доступно по: <https://ruscorpora.ru/results>. Ссылка активна на: 28.05.2025. Available at: <https://ruscorpora.ru/results>. Accessed May 28, 2025. (In Russ.).

⁶ Алексей Иванов. Победитель Хвостика. Доступно по: <https://ruscorpora.ru/results>. Ссылка активна на: 28.05.2025. Available at: <https://ruscorpora.ru/results>. Accessed May 28, 2025. (In Russ.).

⁷ М. А. Булгаков. Мастер и Маргарита, часть 2. Доступно по: <https://ruscorpora.ru/results>. Ссылка активна на: 28.05.2025. Available at: <https://ruscorpora.ru/results>. Accessed May 28, 2025. (In Russ.).

Метафорическая модель «чародей – это профессионал»

Положительный образ чародея реализуется при изменении денотативного содержания слова и его насыщении новыми коннотативными признаками. Так, в контекстах лексема *чародей* может быть реализована в значении «мастер своего дела, профессионал»: «*Это был уникальный специалист по канализационным сетям, чародей и маг своего дела*» (Олег Зайончковский. *Счастье возможно: роман нашего времени*, 2008)⁸; «*Здесь было много «гвардейцев» развалившейся Империи: космонавты, например, творцы различных секретных «изделий», бонзы агитпропа и дезинформации, лауреаты Сталинских и Ленинских премий, солисты Большого балета и чародеи фигурного катания... ну, в общем, читатель, припомни сам, на ком держался в пучинах времени коммунистический кашалот*» (Василий Аксенов. *Таинственная страсть*, 2007)⁹; «*Чародей устной речи, чуткий к слову Чудин, обладая жёсткой внутренней дисциплиной, после четвёртого класса запретил себе писать стихи – отвлекали от рисования*» (В. В. Лопатин. *Диалоги о цвете в живописи // «Волга»*, 2015)¹⁰. Подобные образы наиболее ярко демонстрируются на примере сложных слов со стержневым компонентом «чародей», при этом второй компонент сложного слова обозначает род деятельности или профессию, где данный субъект является мастером: «*Оба они слушали «лектора-чародея», «гениального профессора», «бездонно умного» и «беспрельдно талантливого» В.О. Ключевского, фундаментального Н.Я. Грота, легендарного учредителя Высших женских курсов В.И. Герье*» (Игорь Волгин. *Сокрушаемый Карфаген // «Октябрь»*, 2005)¹¹; «*Чародей-художник небрежно набросал в сияющей и жаркой шире эти крошечные, как игрушки, людские жилища, мельницы с крыльями, станицы, хутора с сизыми рожицами, излуины Медведицы, играющие серебристыми переливами, жемчужную полосу нагорного берега Дона в лиловой вуали и безбрежный серо-зеленый ковер, раскинутый во все стороны, мягко окутанный тонкой дымкой голубого тумана в незнакомых и любопытных даях*» (Ф. Д. Крюков. *Жажда // «Русское Богатство»*, 1908)¹².

Метафорическая модель «чародей – это наивное представление прошлого»

Актуальные реалии определяют тот факт, что современный человек пытается утвердиться в мысли о том, что может объяснить любое событие и ситуацию, а апеллирование к мистическим знаниям является неоправданным и устаревшим. Подтверждение данному тезису можно найти в современной литературе: «*Все твои волшебники с кристаллами да чародеи с жезлами – это все бывшие герои, поверь мне, – объяснял он Баху*» (Гузель Яхина. *Дети мои*, 2018)¹³. Так, образ чародея ассоциируется с мышлением человека, далекого от актуального мировоззрения, верящего в мистические силы. Такой человек не может считаться успешным представителем наших дней, поскольку живет в своем вымышленном мире прошлого, не соотносимом с реальной обстановкой.

Метафорическая модель «чародей – это обманщик»

В современном обществе все более популярными становятся услуги экстрасенсов, отношение к которым является неоднозначным. Так, многие люди, убежденные в их мистических способностях, верят их словам и действиям, другие же относятся к ним как к шарлатанам, обманщикам, лицемерам, зарабатывающим деньги на трагедиях тех, кто оказался в сложной ситуации. Именно в таком значении и реализуется слово *чародей* в представленных ниже контекстах: «*И это страшно, потому что лубой экстрасенс пользуется бедой других людей, ведь в большинстве своем к чародеям обращаются*

⁸ Олег Зайончковский. *Счастье возможно: роман нашего времени*. Доступно по: <https://ruscorpора.ru/results>. Ссылка активна на: 28.05.2025. Available at: <https://ruscorpора.ru/results>. Accessed May 28, 2025. (In Russ.).

⁹ Василий Аксенов. *Таинственная страсть*. Доступно по: <https://ruscorpора.ru/results>. Ссылка активна на: 28.05.2025. Available at: <https://ruscorpора.ru/results>. Accessed May 28, 2025. (In Russ.).

¹⁰ В. В. Лопатин. *Диалоги о цвете в живописи. «Волга»*. Доступно по: <https://ruscorpора.ru/results>. Ссылка активна на: 28.05.2025. Available at: <https://ruscorpора.ru/results>. Accessed May 28, 2025. (In Russ.).

¹¹ Игорь Волгин. *Сокрушаемый Карфаген. «Октябрь»*. Доступно по: <https://ruscorpора.ru/results>. Ссылка активна на: 28.05.2025. Available at: <https://ruscorpора.ru/results>. Accessed May 28, 2025. (In Russ.).

¹² Ф. Д. Крюков. *Жажда. Русское Богатство*. Доступно по: <https://ruscorpора.ru/results>. Ссылка активна на: 28.05.2025. Available at: <https://ruscorpора.ru/results>. Accessed May 28, 2025. (In Russ.).

¹³ Гузель Яхина. *Дети мои*. Доступно по: <https://ruscorpора.ru/results>. Ссылка активна на: 28.05.2025. Available at: <https://ruscorpора.ru/results>. Accessed May 28, 2025. (In Russ.).

люди доверчивые, отчаявшиеся, потерявшие последнюю надежду»¹⁴ (Никита Непряхин. *Анатомия заблуждений*, 2017–2020); «Нынче разных **чародеев**, магов и прочих экстрасенсов наимодно посещать стало»¹⁵ (Алексей Иванов. *Победитель Хвостика*, 1990–1991). Таким образом, в подобных контекстах лексема **чародей** реализуется наряду с контекстным синонимом **экстрасенс** и предполагает резко негативную оценку.

Заключение

Проведенный анализ фрагментов художественных текстов XX – начала XXI вв. позволяет говорить о значимом месте образных единиц, лежащих в основе формирования художественного пространства и выполняющих не только эстетическую, но и прагматическую функцию. Именно ключевое место данной функции при реализации метафор в художественных текстах лежит в основе моделирования художественного пространства как многовекторного конструкта, сформированного под влиянием историко-культурных и социальных факторов.

Комплексное описание функционально-семантических особенностей лексемы **чародей** с учетом ее прагматического потенциала подтверждает положение о том, что коннотация зависит от контекстного окружения и коммуникативных стратегий адресанта. Вследствие этого семантика данной единицы обладает двояким потенциалом коннотации. Исследование текстового корпуса, включающего фрагменты художественных произведений XX – начала XXI вв., позволяет сделать вывод о существенных различиях между денотативным содержанием лексемы **чародей** и ее контекстными характеристиками, что наиболее ярко проявляется именно в реализации описанных в статье метафорических моделей. Можно заключить, что в отличие от словарных дефиниций, где слово не имеет определенной коннотации, доминирующая часть рассмотренных художественных контекстов фиксирует исследуемую метафору с ироничной коннотацией и формирует негативный образ с опорой на интегральные компоненты «ложь», «обман», «намеренное введение в заблуждение». Анализ показал, что наиболее очевидным данный тезис представляется при рассмотрении метафорических моделей «чародей – это источник зла», «чародей – это обманщик», обращающих внимание либо на деструктивные характеристики реализуемых чародеем действий, либо на несоответствие чародея приписываемым ему характеристикам. Позитивный образ чародея формируется при реализации метафорической модели «чародей – это профессионал», где определенный субъект наделяется качествами, характеризующими его как блестящего специалиста в определенной сфере, личность, не имеющую себе равных при совершении определенных действий. Важно подчеркнуть, что чародеем в положительном ключе может стать не только субъект, но и объект, наделенный незнакомыми обществу характеристиками: «*Радио становится духовным солнцем страны, великим чародеем и чарователем*»¹⁶ (Велимир Хлебников. *Радио будущего*, 1921). Таким образом, можно заключить, что именно комплексный анализ широкой системы языковых значений, реализуемых лексемой **чародей** на уровне вторичной номинации, позволит выявить национально-культурные и семантико-прагматические особенности художественной картины мира и установить ключевые образы и сценарии, лежащие в основе ее моделирования на различных исторических этапах.

Список литературы

1. Бахтин М.М. Проблема текста в лингвистике, филологии и других гуманитарных науках. Опыт философского анализа / М.М. Бахтин // *Русская словесность. От теории словесности к структуре текста*. М.: 1997. С. 227–244. Доступно по: <http://www.infoliolib.info/philol/bahtin/probltext.html>. Ссылка активна на 28.05.2025. Available at: <http://www.infoliolib.info/philol/bahtin/probltext.html>. Accessed May 28, 2025.
2. Лотман Ю.М. Семиотика пространства / Ю.М. Лотман // *Избранные статьи: в 3-х т. Т. I. Статьи по семиотике и типологии культуры*. Таллин, 1992. 480 с. Доступно по: <https://djvu.online/file/LU7pDLPeL6eNd>. Ссылка активна на: 28.05.2025. Available at: <https://djvu.online/file/LU7pDLPeL6eNd>. Accessed May 28, 2025.

¹⁴ Никита Непряхин. *Анатомия заблуждений*. Доступно по: <https://ruscorpora.ru/results>. Ссылка активна на: 30.05.2025. Available at: <https://ruscorpora.ru/results>. Accessed May 30, 2025. (In Russ.).

¹⁵ Алексей Иванов. *Победитель Хвостика*. Доступно по: <https://ruscorpora.ru/results>. Ссылка активна на: 30.05.2025. Available at: <https://ruscorpora.ru/results>. Accessed May 30, 2025. (In Russ.).

¹⁶ Велимир Хлебников. *Радио будущего*. Доступно по: <https://ruscorpora.ru/results>. Ссылка активна на: 30.05.2025. Available at: <https://ruscorpora.ru/results>. Accessed May 30, 2025. (In Russ.).

3. Гак В.Г. Пространство вне пространства / В.Г. Гак // Логический анализ языка. Языки пространств. Сборник статей / отв. ред. Н.Д. Арутюнова, И.Б. Левонтина. М.: Языки русской культуры, 2000. 448 с. С. 127–135. Доступно по: <https://djvu.online/file/NyqvPJekxDXOP>. Ссылка активна на 28.05.2025. Available at: <https://djvu.online/file/NyqvPJekxDXOP>. Accessed May 26, 2025.
4. Гальперин И.Р. Текст как объект лингвистического исследования: монография / И.Р. Гальперин. М.: КомКнига, 2006. 144 с. Доступно по: https://www.academia.edu/10146450/Гальперин_И_Р_Текст_как_об. Ссылка активна на: 28.05.2025. Available at: https://www.academia.edu/10146450/Гальперин_И_Р_Текст_как_об. Accessed May 28, 2025.
5. Гаспаров Б.М. Язык, память, образ. Лингвистика языкового существования / Б.М. Гаспаров. М.: Новое литературное обозрение, 1996. 352 с. Доступно по: <https://yanko.lib.ru/books/lit/1=1.pdf>. Ссылка активна на: 28.05.2025. Available at: <https://yanko.lib.ru/books/lit/1=1.pdf>. Accessed May 25, 2025.
6. Верещагин Е.М. Язык и культура: три лингвострановед. концепции: лекс. фона, рече-поведен. тактик и сапиентемы / Е.М. Верещагин, В.Г. Костомаров; под ред. Ю.С. Степанова / Гос. Ин-т рус. яз. им. А.С. Пушкина. Москва: Индрик, 2005 (ППП Тип. Наука). 1037 с. Доступно по: <https://djvu.online/file/L77NIEJGUBAGc>. Ссылка активна на: 28.05.2025. Available at: <https://djvu.online/file/L77NIEJGUBAGc>. Accessed May 28, 2025.
7. Костомаров В.Г. Старые мехи и молодое вино. Из наблюдений над русским словоупотреблением конца XX века / В. Г. Костомаров, Н.Д. Бурвикова. СПб.: Златоуст, 2001. 72 с. Доступно по: https://rusneb.ru/catalog/000199_000009_000709236/. Ссылка активна на: 28.05.2025. Available at: https://rusneb.ru/catalog/000199_000009_000709236/. Accessed May 28, 2025.
8. Швецова В.М. Веллеровский текст как источник голографического моделирования семантики слова. *Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Русская филология*. 2015; №2: 40–46. Доступно по: <https://elibrary.ru/item.asp?id=23293402>. Ссылка активна на: 28.05.2025. Available at: <https://elibrary.ru/item.asp?id=23293402>. Accessed May 28, 2025.
9. Алефиренко Н.Ф. «Живое» слово: Проблемы функциональной лексикологии: монография / Н.Ф. Алефиренко. М.: Флинта: Наука, 2009. 344 с. Доступно по: <https://klex.ru/16jf>. Ссылка активна на: 26.05.2025. Available at: <https://klex.ru/16jf>. Accessed May 26, 2025.
10. Баранов А.Н. Постулаты когнитивной семантики / А.Н. Баранов, Д.О. Добровольский. *Изв. РАН. СЛЯ*. 1997; 1: 11–21. Доступно по: <https://elibrary.ru/pvnrqh>. Ссылка активна на 23.05.2025. Available at: <https://elibrary.ru/pvnrqh>. Accessed May 23, 2025.
11. Залевская А.А. Значение слова и возможности его описания / А.А. Залевская. *Языковое сознание: формирование и функционирование: сб. ст.* / отв. ред. Н. В. Уфимцева. М.: Ин-т языкознания РАН, 1998. С. 35–54. Доступно по: https://iling-ran.ru/library/psylingvaarticles/2_1.htm. Ссылка активна на: 26.05.2025. Available at: https://iling-ran.ru/library/psylingvaarticles/2_1.htm. Accessed May 26, 2025.
12. Москвин В.П. Русская метафора: очерк семиотической теории / В.П. Москвин. М.: Ленанд, 2006. 184 с. Доступно по: <https://klex.ru/1s0c>. Ссылка активна на: 28.05.2025. Available at: <https://klex.ru/1s0c>. Accessed May 28, 2025.
13. Флоренский П.А. У водоразделов мысли. Т. 1 / П.А. Флоренский. М.: Академический проект, 2013. 688 с. Доступно по: https://azbyka.ru/otechnik/Pavel_Florenskij/u-vodorazdelov-mysli-tom-1/. Активно на: 26.05.2025. Available at: https://azbyka.ru/otechnik/Pavel_Florenskij/u-vodorazdelov-mysli-tom-1/. Accessed May 28, 2025.
14. Аршинов В.И. Синергетическое движение в языке / В.И. Аршинов, Я.И. Свирский. *Самоорганизация и наука: опыт философского осмысления*. М., 1994. С. 32–47. Доступно по: <https://spkurdyumov.ru/philosophy/sinergeticheskoe-dvizhenie-v-yazyke/>. Ссылка активна на 25.05.2025. Available at: <https://spkurdyumov.ru/philosophy/sinergeticheskoe-dvizhenie-v-yazyke/>. Accessed May 25, 2025.
15. Герман И.А. Введение в лингвосинергетику / И.А. Герман, В.А. Пищальникова. Барнаул, 1999. 130 с. Доступно по: <https://cyberleninka.ru/article/n/>. Ссылка активна на: 27.05.2025. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/>. Accessed May 27, 2025.

References

1. Bakhtin MM. The problem of text in linguistics, philology and other humanities. The experience of philosophical analysis. Russian literature. From the theory of literature to the structure of the text. M., 1997; 227–244. Available at: <http://www.infoliolib.info/philol/bakhtin/probltext.html>. Accessed May 28, 2025. (In Russ).

2. Lotman YuM. Semiotics of space. Selected articles: in 3 volumes of T. I. Articles on semiotics and typology of culture. Tallinn, 1992; 480. Available at: <https://djvu.online/file/LU7pDLPeL6eNd>. Accessed May 28, 2025. (In Russ).
3. Gak VG. Space outside of space. Logical analysis of language. Languages of spaces. Collection of articles. Edited by N.D. Arutyunova, I.B. Levontina, M.: Languages of Russian Culture, 2000; 127–135. Available at: <https://djvu.online/file/NyqvPJekxDXOP>. Accessed May 26, 2025. (In Russ).
4. Galperin IR. Text as an object of linguistic research: monograph. M.: Kom Kniga, 2006; 144. Available at: https://www.academia.edu/10146450/Гальперин_И_П_Текст_как_об. Accessed May 28, 2025. (In Russ).
5. Gasparov BM. Language, memory, image. Linguistics of linguistic existence. Moscow: New Literary Review Publishing House, 1996; 352. Available at: <https://yanko.lib.ru/books/lit/1=1.pdf>. Accessed May 25, 2025. (In Russ).
6. Vereshchagin EM. Language and culture: three linguistic concepts of foreign studies: lexical background, speech-behavioral tactics and sapientema. State A.S. Pushkin Institute of Russian Language. Moscow: Indrik, 2005; 1037. Available at: <https://djvu.online/file/L77NIEJGUBAGc>. Accessed May 28, 2025. (In Russ).
7. Kostomarov VG. Old wineskins and new wine. From observations on Russian usage at the end of the twentieth century. St. Petersburg: Zlatoust, 2001. 72. Available at: <https://elibrary.ru/item.asp?id=23293402>. Accessed May 28, 2025. (In Russ).
8. Shvecova VM. Weller's text as a source of holographic modeling of word semantics. *Bulletin of the Moscow State Regional University. Series: Russian Philology*. Moscow; 2015; 2:40–46. Available at: https://rusneb.ru/catalog/000199_000009_000709236/. Accessed May 28, 2025. (In Russ.)
9. Alefirenko NF. Problems of functional lexicology: monograph. Flint: Nauka Publ. Moscow; 2009. 344 p. Available at: <https://klex.ru/16jf>. Accessed May 26, 2025. Available at: <https://elibrary.ru/pvnqrh>. Accessed May 23, 2025. (In Russ.)
10. Baranov AN, Dobrovolsky O. Postulates of cognitive semantics. *Proceedings of the Russian Academy of Sciences. Literature and Language Series*. 1997; 1:11–21. Available at: <https://elibrary.ru/pvnqrh>. Accessed May 23, 2025. (In Russ.)
11. Zalevskaya AA. The meaning of the word and the possibilities of its description. Linguistic consciousness: formation and functioning. Edited by N. V. Ufimtsev. M.: Institute of Linguistics of the Russian Academy of Sciences, 1998: 35–54. Available at: https://iling-ran.ru/library/psylingva/sborniki/Book1998/articles/2_1.htm. Accessed May 26, 2025. (In Russ.)
12. Moskvina VP. Russian metaphor: an essay on semiotic theory. Moscow: Lenand, 2006. 184 p. Available at: <https://klex.ru/1s0c>. Accessed May 28, 2025. (In Russ.)
13. Florensky PA. At the watersheds of thought. Vol. 1 M.: Academic Project, 2013. 688 p. Available at: https://azbyka.ru/otechnik/Pavel_Florenskij/u-vodorazdelov-mysli-tom-1/. Accessed May 28, 2025. (In Russ.)
14. Arshinov VI, Svirsky YaI. Synergetic movement in language. Self-organization and Science: the experience of philosophical reflection, Moscow, 1994. Available at: <https://spkurdyumov.ru/philosophy/sinergeticheskoe-dvizhenie-v-yazyke/>. Accessed May 25, 2025. (In Russ.)
15. German IA, Pischalnikova VA. Introduction to linguasynergetics. Barnaul, 1999; 130s. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/>. Accessed May 27, 2025. (In Russ.)

История статьи:

Получена: 14.04.2025

Принята: 27.04.2025

Опубликована онлайн: 25.06.2025

Article history:

Received: 14.04.2025

Accepted: 27.04.2025

Published online: 25.06.2025

Сведения об авторах:

Сегал Наталья Александровна, доктор филологических наук, доцент, доцент кафедры русского, славянского и общего языкознания Института филологии Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского; Симферополь, Российская Федерация; e-mail: *natasha-segal@mail.ru*.

Налбандова Полина Семеновна, магистр кафедры русского, славянского и общего языкознания Института филологии Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского; Симферополь, Российская Федерация; e-mail: *npolina18@gmail.com*.

Богданович Галина Юрьевна, доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры политических наук и международных отношений. Институт «Таврическая академия», Крымский федеральный университет им. В. И. Вернадского, Симферополь, Российская Федерация; e-mail: *bgdnvch@mail.ru*.

Bionotes:

Natalya A. Segal, Dr. habil. (Philology), Associate Professor of the Department of Russian, Slavic and General Linguistics, Institute of Philology, V.I. Vernadsky Crimean Federal University; Simferopol, Russian Federation; e-mail: *natasha-segal@mail.ru*.

Polina S. Nalbandova, Master student (Philology) of the Department of Russian, Slavic and General Linguistics, Institute of Philology, V.I. Vernadsky Crimean Federal University; Simferopol, Russian Federation; e-mail: *npolina18@gmail.com*.

Galina Y. Bogdanovich, Prof. Dr. habil. (Philology), Professor of the Department of Political Science and International Relations, Institute «Taurida Academy», V. I. Vernadsky Crimean Federal University; Simferopol, Russian Federation; e-mail: *bgdnvch@mail.ru*.



Статья опубликована на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0 International (CC-BY 4.0).

This is an open access article distributed under the terms of Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC-BY 4.0)

РЕЦЕНЗИИ

REVIEWS

УДК 81`22+ 81`42

<https://doi.org/10.29025/2079-6021-2025-2-202-206>

С.Г. Воркачев

Рецензия

на монографию В.И. Карасика «Языковое древо жизни»

(М.: Государственный институт русского языка
им. А. С. Пушкина, 2025. 496 с.)*Кубанский государственный технологический университет;
350072, Российская Федерация, Краснодар, ул. Московская, д. 2;**ORCID ID: 0000-0002-6290-2582;**Web of Science Researcher ID: W-4122-2017;**Scopus Author ID: 56642838800;**SPIN-code РИНЦ: 5403-109;**e-mail: svork@mail.ru*

Аннотация: монография посвящена вопросам лингвокультурологии, теории коммуникации и лингвосомиотики, в ней дается лингвокультурное осмысление различным духовным и «материальным» концептам, анализируются символизация артефактов, общение с искусственным интеллектом, сюжетное цитирование, семиотика личностной позиции и семиотика коммуникативной тональности. Композиционно монография представлена тремя главами, посвященными языковому освоению мира: лингвокультурному, коммуникативному и семиотическому. Лингвокультурное осмысление концептов осуществляется по четырем направлениям – концептуализации познания, поведения, культурного пространства и артефактов. Рассматриваются актуальные проблемы лингводискурсологии и лингвистической генристики, осуществляется поиск новых категорий общения, типов дискурса и речевых жанров. Осмысливаются функциональные характеристики и способы коммуникации в семиотическом аспекте: личностные позиции и коммуникативные намерения отправителей речи, а также коммуникативная тональность речевых произведений.

Адресуется филологам и исследователям, занимающимся проблемами лингвосомиотики, антропологической и коммуникативной лингвистики.

Ключевые слова: лингвокультура, семиотика, жанр, дискурс, концепт, концептуализация.

Для цитирования: Воркачев С.Г. Рецензия на монографию В.И. Карасика «Языковое древо жизни» (М.: Государственный институт русского языка им. А. С. Пушкина, 2025. 496 с.). *Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики.* 2025. № 2. С. 202-206. <https://doi.org/10.29025/2079-6021-2025-2-202-206>.

Review

<https://doi.org/10.29025/2079-6021-2025-2-202-206>

Review
of the Monograph “The Linguistic Tree of Life” by V.I. Karasik
(Moscow: Pushkin State Institute of the Russian Language, 2025, 496 p.)

Sergey G. Vorkachev

*Kuban State Technological University;
2 Moskovskaya Str., Krasnodar, Russian Federation, 350072;
ORCID ID: 0000-0002-6290-2582;
Web of Science Researcher ID: W-4122-2017;
Scopus Author ID: 56642838800;
SPIN-code ПИИЦ: 5403-109;
e-mail: svork@mail.ru*

Abstract: The monograph is devoted to the issues of linguacultural studies, communication theory and linguasemiotics, it provides a linguacultural understanding of various spiritual and “material” concepts, analyzes the symbolization of artifacts, communication with artificial intelligence, plot citation, semiotics of personal position and semiotics of communicative tonality. Compositionally, the monograph is presented in three chapters devoted to the linguistic development of the world: linguacultural, communicative and semiotic. Linguistic understanding of concepts is carried out in four directions – conceptualization of cognition, behavior, cultural space and artifacts. Current issues of linguadiscursology and linguistic genristics are considered, a search for new communication categories, discourse types and speech genres is carried out. The functional characteristics and methods of communication are considered in the semiotic aspect: personal positions and communicative intentions of the speech senders, as well as the communicative tonality of speech works.

The work is addressed to philologists and researchers involved in the issues of linguasemiotics, anthropological and communicative linguistics.

Keywords: linguaculture, semiotics, genre, discourse, concept, conceptualization.

For citation: Vorkachev SG. Review of the Monograph “The Linguistic Tree of Life” by V.I. Karasik (Moscow: Pushkin State Institute of the Russian Language, 2025, 496 p.). *Current Issues in Philology and Pedagogical Linguistics*. 2025, no 2, pp. 202–206. <https://doi.org/10.29025/2079-6021-2025-2-202-206>(In Russ.).

Неутомимый труженик на ниве науки о языке – лингвокультуролог, лингвоконцептолог, дискурсолог, коммуникативист и лингвосимвололог проф. В. И. Карасик, опубликовал новую книгу, в которой он остался верен своей устоявшейся проблематике (1; 2; 3; 4; 5; 6; 7; 8; 9; 10; 11; 12; 13): монография посвящена вопросам лингвокультурологии, теории коммуникации и лингвосемиотики, в ней дается лингвокультурное осмысление различным духовным и «материальным» концептам, анализируются символизация артефактов, общение с искусственным интеллектом, сюжетное цитирование, семиотика личностной позиции, семиотика коммуникативной тональности и пр.

Название монографии В. И. Карасика отправляет к чрезвычайно глубокому и многозначному символу – «символу жизни и модели мироздания»¹, в котором метафорически объединяются земной и небесный миры, душа и тело, прошлое и будущее, жизнь и смерть. Библейской ипостасью дерева жизни выступает дерево познания, структура которого в Средние века проецировалась на самые различные явления, и тогда появлялись древа души, любви, праведности, жизненного пути, а также алхимии², а вот теперь мы видим древо языка, в котором сливается в единое целое множество разнокачественных

¹ Куклев В. Энциклопедия символов, знаков, эмблем. М.: Миф, Локид, 1999. 2003. С. 136. Kuklev V. Encyclopedia of symbols, signs, emblems. Moscow: Mif, Lokid, 1999. (In Russ.).

² Егзаров А. Иллюстрированная энциклопедия символов. М.: Астрель-АСТ, 2003. С. 273. Egazarov A. Illustrated encyclopedia of symbols. M.: Astrel-AST, 2003. (In Russ.).

элементов, во власти которого, как когда-то было сказано, смерть и жизнь: *Mors, et vita in manu linguae* – «Смерть и жизнь – во власти языка» (Пр. 18: 20).

Если «речи ... суть действия, происходящие между людьми» [14: 4], то язык, безусловно, создает реальность, которая нуждается в освоении – познании, тем более что в этой реальности отражается еще и внеязыковая действительность.

Композиционно монография представлена тремя главами, посвященными языковому освоению мира (вспомним триединство дерева жизни: корни, ствол, крона): лингвокультурному, коммуникативному и семиотическому.

Первая глава монографии посвящена лингвокультурному осмыслению нетривиальных и весьма значимых «квантов переживаемого знания», сгруппированных в четыре направления – концептуализацию познания, поведения, культурного пространства и артефактов.

Концептуализация познания представляется в формах разума и мудрости, отличных от ума, рассудка и глупости; порядок осмысливается как правильное положение дел; под интересом понимается важнейший познавательный ориентир, который противостоит как скуке, так и любопытству. Концептуализация поведения представляется в формах вежливости как признания значимости других людей; уважения – как признания общественной заслуженности человека; престижа – как репутационной характеристики и оценки социального статуса узнаваемого представителя социальной группы. Культурное пространство осмысливается через такие смыслы, как театр – носитель вечных ценностей; музей, ассоциируемый с вечностью, и стадион – символ спортивного состязания. Значимыми элементами символической картины мира выступают артефакты: железо – символ крепости, твердости и суровости; стекло – символ хрупкости и прозрачности, в поэтической речи – грань между жизнью и смертью, своим и чужим; бумага – символ сохранности культуры и свидетельство, определяющее судьбу человека.

Во второй главе монографии рассматриваются актуальные проблемы лингводискурсологии и лингвистической генристики: осуществляется поиск новых категорий общения, типов дискурса и речевых жанров. Среди перспективных проблем лингводискурсологии выделяются игровая коммуникативная тональность, размывание границ между публичным и приватным общением, языковой вкус как поведение участников коммуникативной ситуации, осмысление диалога с искусственным интеллектом, вербальные реакции которого адекватны стандартам институциональной коммуникации, но допускают возможность неоднозначной интерпретации в условиях художественного моделирования мира. Исследуется отражение стандартов общения в оценочных приоритетах коммуникантов и устанавливается, что эти приоритеты соответствуют коммуникативным ценностям русской лингвокультуры и приоритетам молодежного мировосприятия, обусловленного нормами и узусом сетевого общения. Отмечается широкое распространение популяризационного дискурса и размывание границы между его просветительским и развлекательным вариантами, а также зависимость выражения позитивной либо негативной вежливости от типа дискурса. Рассматривается языковая роль сюжетного цитирования и выделяются его виды по целевым характеристикам: ностальгическое, иронично-критическое, карнавалльно-абсурдное и пародийное. Из области лингвогенристики в дискурсологическом аспекте рассматривается речевой жанр комментария, функции которого различны в обиходном, научном, юридическом, религиозном и сетевом типах дискурса, а также исследуется коммуникативная роль фейков – недостоверных сообщений, подразделяемых по целевому назначению на серьезные и развлекательные.

И, наконец, в третьей главе монографии осмысливаются функциональные характеристики и способы коммуникации в семиотическом аспекте: личностные позиции и коммуникативные намерения отправителей речи, а также коммуникативная тональность речевых произведений. На материале философских текстов Феофраста, записных книжек Ильи Ильфа, выступлений юмориста Михаила Жванецкого и поэтических произведений Ованеса Григоряна выявляется, как личностные позиции авторов определяют выбор коммуникативных стратегий и языковых средств их воплощения. Исследуются нонсенс и абсурд как формы осмысления реальности, не вписывающейся в знания человека о мире, дается типология комического нонсенса (сказочно-фантастический, басенно-нравоучительный и анекдотический) и комического абсурда (буквалистский, пресуппозиционный и жанровый). Рассматривается коммуникативная роль бытовых примет, часто воспринимаемых как суеверия, отмеченных этно-культурной спецификой и выполняющих не столько объяснительную, сколько развлекательную функцию. Устанавливается доминирующая семиотическая функция афоризмов – выражение мнения о природе человеческого характера. Констатируется, что базовые установки общества четко выражены в народных сказках, когда

английские сказки отражают нормы состязательности, итальянские демонстрируют неожиданные развязки сюжетов, казахские символизируют назидательные житейские истории, а эвенкийские призывают соблюдать запреты и доверять мудрым советам старших. Семиотические характеристики языковых средств подтверждаются примерами коммуникативных интенсификаторов признака, жаргонизмами и отклонениями от аналогии, проявляющимися в морфологии, лексической семантике и речевых жанрах.

Наука, как и поэзия, – это «езда в незнаемое», и в этом смысле новая книга проф. В. И. Карасика вполне отвечает критерию новизны: в ней поднимаются и решаются проблемы, ранее остававшиеся вне исследовательского фокуса лингвистики. Древо познания «зеленеет», если не вечно, то, во всяком случае, до тех пор, пока есть люди, готовые «вкусать от плодов его», к числу которых принадлежит, вне всякого сомнения, автор рецензируемой монографии. Можно с полной уверенностью утверждать, что теоретические наработки в области лингвокультурологии, теории коммуникации и лингвосомиотики, отраженные в книге, войдут в методологический инструментарий исследователей. Познавательная ценность книги Владимира Ильича определяет интерес к ней лингвистического экспертного сообщества и своевременность её публикации.

Список литературы

1. Карасик В.И. Язык социального статуса. М.: Гнозис; 2002. Доступно по: <https://l-406.narod.ru/SocL/karasik.pdf>. Ссылка активна на 25.03.2025.
2. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. М.: Гнозис; 2004. Доступно по: https://rusneb.ru/catalog/000199_000009_002452173/. Ссылка активна на 25.03.2025.
3. Карасик В.И. Языковые ключи. М.: Гнозис; 2009. Доступно по: <https://www.labyrinth.ru/books/226208/>. Ссылка активна на 25.03.2025.
4. Карасик В.И. Языковая кристаллизация смысла. М.: Гнозис; 2010. Доступно по: <https://www.labyrinth.ru/books/267409/>. Ссылка активна на 25.03.2025.
5. Карасик В.И. Языковая матрица культуры. М.: Гнозис; 2013. Доступно по: <https://search.rsl.ru/record/01006508238>. Ссылка активна на 25.03.2025.
6. Карасик В.И. Языковое проявление личности. М.: Гнозис; 2015. Доступно по: <https://www.labyrinth.ru/books/515437/>. Ссылка активна на 25.03.2025.
7. Карасик В.И. Языковая спираль: ценности, знаки, мотивы. М.: Гнозис; 2019. Доступно по: <https://bookmix.ru/book.phtml?id=2892476>. Ссылка активна на 25.03.2025.
8. Карасик В.И. Языковые мосты понимания. М.: Дискурс; 2019а. Доступно по: <https://search.rsl.ru/record/01009902061>. Ссылка активна на 25.03.2025.
9. Карасик В.И. Языковые картины бытия. М.: Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина; 2020. Доступно по: https://rusneb.ru/catalog/000199_000009_010506950/. Ссылка активна на 25.03.2025.
10. Карасик В.И. Языковая лестница познания. М.: Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина; 2020.
11. Карасик В.И. Языковая пластика общения. М.: Гнозис; 2021. Доступно по: <https://www.labyrinth.ru/books/787981/>. Ссылка активна на 25.03.2025.
12. Карасик В.И. Языковое преобразование реальности. М.: Государственный институт русского языка им. А. С. Пушкина, 2023. Доступно по: <https://www.nkbooksellers.com/books/?rid=1320690&lang=cyr>. Ссылка активна на 25.03.2025.
13. Карасик В.И. Языковые камертоны смысла. М.: Государственный институт русского языка им. А. С. Пушкина, 2024.
14. Гегель Г.В. Сочинения: в 14 т. Т. 8. М.-Л.: Государственное социально-экономическое издательство, 1935.

References

1. Karasik VI. Language of social status. Moscow: Gnosis; 2002. Available at: <https://l-406.narod.ru/SocL/karasik.pdf>. Accessed March 25, 2025. (In Russ.).
2. Karasik VI. Language circle: personality, concepts, discourse. Moscow: Gnosis; 2004. Available at: https://rusneb.ru/catalog/000199_000009_002452173/. Accessed March 25, 2025. (In Russ.).
3. Karasik VI. Language keys. Moscow: Gnosis; 2009. Available at: <https://www.labyrinth.ru/books/226208/>. Accessed March 25, 2025. (In Russ.).

4. Karasik VI. Language Crystallization of Meaning. Moscow: Gnosis; 2010. Available at: <https://www.labirint.ru/books/267409/>. Accessed March 25, 2025. (In Russ.).
5. Karasik VI. Language Matrix of Culture. Moscow: Gnosis; 2013. Available at: <https://search.rsl.ru/ru/record/01006508238>. Accessed March 25, 2025. (In Russ.).
6. Karasik VI. Language Manifestation of Personality. Moscow: Gnosis; 2015. Available at: <https://www.labirint.ru/books/515437/>. Accessed March 25, 2025. (In Russ.).
7. Karasik VI. Language Spiral: Values, Signs, Motives. Moscow: Gnosis; 2019. Available at: <https://book-mix.ru/book.phtml?id=2892476>. Accessed March 25, 2025. (In Russ.).
8. Karasik VI. Language Bridges of Understanding. Moscow: Discourse; 2019. Available at: <https://search.rsl.ru/ru/record/01009902061>. Accessed March 25, 2025. (In Russ.).
9. Karasik VI. Language Pictures of Being. Moscow: A.S. Pushkin State Institute of the Russian Language; 2020. Available at: https://rusneb.ru/catalog/000199_000009_010506950/. Accessed March 25, 2025. (In Russ.).
10. Karasik VI. Language ladder of cognition. Moscow: A.S. Pushkin State Institute of the Russian Language; 2020. (In Russ.).
11. Karasik VI. Language plasticity of communication. Moscow: Gnosis; 2021. Available at: <https://www.labirint.ru/books/787981/>. Accessed March 25, 2025. (In Russ.).
12. Karasik VI. Language transformation of reality. Moscow: A.S. Pushkin State Institute of the Russian Language. A. S. Pushkin, 2023. Available at: <https://www.nkbooksellers.com/books/?rid=1320690&lang=cyr>. Accessed March 25, 2025. (In Russ.).
13. Karasik VI. Language tuning forks of meaning. Moscow: A. S. Pushkin State Institute of the Russian Language, 2024. (In Russ.).
14. Hegel GV. Works: in 14 volumes. Vol. 8. M.-L.: State Socio-Economic Publishing House, 1935. (In Russ.).

История статьи:

Получена: 15.04.2025

Принята: 30.04.2025

Опубликована онлайн: 25.06.2025

Article history:

Received: 15.04.2025

Accepted: 30.04.2025

Published online: 25.06.2025

Сведения об авторе:

Воркачев Сергей Григорьевич, доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры иностранных языков, Кубанский государственный технологический университет, Краснодар, Российская Федерация; e-mail: svork@mail.ru.

Bionote:

Sergey G. Vorkachev, Prof. Dr. habil. (Philology), Professor of the Department of Foreign Languages, Kuban State Technological University, Krasnodar, Russian Federation; e-mail: svork@mail.ru.



Статья опубликована на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0 International (CC-BY 4.0).

This is an open access article distributed under the terms of Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC-BY 4.0)

ПАМЯТИ УЧЕНОГО IN MEMORY OF THE SCIENTIST

О Лидии Алексеевне Исаевой
(02.05.1958 – 01.05.2025)

About Lidiya Alekseevna Isaeva
(May 2, 1958 – May 1, 2025)



1 мая не стало Лидии Алексеевны Исаевой – доктора филологических наук, профессора кафедры современного русского языка Кубанского государственного университета, Почетного работника высшего образования Российской Федерации. Лидия Алексеевна ушла за день до своего дня рождения: 2 мая ей исполнилось бы 67 лет.

Безусловно, это один из крупнейших кубанских филологов, много сделавший для науки и образования юга России. 37 лет Лидия Алексеевна проработала на кафедре современного русского языка филологического факультета Кубанского госуниверситета, 16 из них заведовала ею. В течение 20 лет была председателем краевой предметной комиссии по русскому языку Единого государственного экзамена, 12 лет – председателем жюри Всероссийской олимпиады школьников по русскому языку.

Филология была не просто профессией Лидии Алексеевны, это был ее образ жизни и образ мышления. Интеллигент в высоком смысле этого слова, лингвист высочайшего уровня, всесторонне образованный и одаренный человек, Л.А. Исаева внесла значительный вклад в изучение функционирования русского языка в различных сферах. Круг научных интересов Л.А. Исаевой достаточно широк: теория текста, когнитивная лингвистика, лингвокультурология, лингвоконцептология, синтаксис... Лидия Алексеевна создала свою научную школу, под ее руководством выполнено более 30 кандидатских диссертаций, 1 докторская. За годы, когда Л.А. Исаева руководила диссертационным советом по филологическим наукам, было защищено более 50 диссертаций. Именно Л.А. Исаева стала инициатором и вдохновителем регулярных научных конференций филологического факультета КубГУ: «Континуальность

и дискретность в языке и речи», «Исследовательские парадигмы в современной филологии». Л.А. Исаева опубликовала более 100 научных работ, в том числе 2 монографии, 6 разделов в коллективных монографиях. В целом публиковала Лидия Алексеевна немного. Она распространяла свои идеи в основном по устным каналам, в лекциях и на семинарских занятиях, в устных беседах. Безгранично счастливы те, кому довелось обсуждать с Л.А. Исаевой непростые вопросы, связанные с разными аспектами изучения языка. Лидия Алексеевна была прекрасным лектором, чьи голос, ирония, смех неподражаемы. Одна из студенток так отозвалась на сообщение о её уходе: «Помню, как на паре она смеялась над какой-то шуткой, а мы смеялись, потому что очень уж у нее заразительный смех. И смеялась она всегда необычно – не на выдохе, а на вдохе».

Для нас, учеников и коллег Лидии Алексеевны, это был учитель, о котором можно было только мечтать. Мы жили рядом с ней, уверенные, что она все может. За всем интересным, что происходило на кафедре, стояла она. И все могли рассчитывать на ее поддержку и помощь. Лидия Алексеевна всегда испытывала неподдельный интерес к людям. Если кто-то выступал плохо, не пыталась осудить, была скупой в своих оценках и никогда не ставила крест на человеке.

Последнее сообщение от нее: «Привет всем!» Жизнь продолжается, работа продолжается, наука продолжается. Но всегда есть незаменимые. И не всякий ученик, пусть даже очень талантливый, все может. Человек счастлив, когда у него есть, был учитель. Светлая память нашему Учителю – Лидии Алексеевне Исаевой...

*Доктор филологических наук,
профессор В.В. Катермина*