

ВЕСТНИК МГЛУ

СЕРИЯ 1
ФИЛОЛОГИЯ № 3 (118) / 2022



Серия основана в декабре 1996 года

Редакционная коллегия:

Л. А. Тарасевич (*главный редактор*),
М. С. Рогачевская (*зам. главного редактора*),
А. Н. Баранов, Е. А. Булат, А. Н. Гордей, Е. А. Гапанович,
Е. Г. Задворная, Т. В. Поплавская,
А. А. Романовская, З. А. Харитончик

*Журнал «Вестник МГЛУ. Серия 1. Филология»
включен Высшей аттестационной комиссией
в перечень научных изданий Республики Беларусь
для опубликования результатов диссертационных исследований*

СОДЕРЖАНИЕ

Проблемы общего и типологического языкознания

- Богданович Л. А.* К вопросу о частотности филологических терминологических единиц в поэтических и массмедийных контекстах (на материале корпусного исследования)..... 7
- Кравцова Т. А.* Лексико-стилистические средства выражения комической модальности (на материале современных объявлений) 15
- Сысоева Т. А., Тухватуллина А. В.* Сторителлинг как инструмент взаимодействия компании и клиента: жанровый аспект 21

Романское и германское языкознание

- Казимиrowa О. В.* Дискурсивно-содержательный анализ компонента «позиция» в англоязычной колумнистике 28
- Романкевич М. Н.* Басенная прецедентность в социальной франкоязычной рекламе 36
- Пантелеенко О. А.* Тематическое и языковое разнообразие эргонимов итальянской области Валле д'Аоста (на материале наименований отелей)..... 43

Исследования славянских языков

- Якушава А. М.* Семантыка і сінтаксічныя асаблівасці ўжывання ўзмацняльных часціц у мове мастацкай літаратуры (на прыкладзе твораў І. Шамякіна) 50

Литературоведение

<i>Вильчинская А. В.</i> Политический роман: к проблеме жанра	57
<i>Лаптёнок И. Б.</i> Особенности идейно-тематического наполнения и жанровой формы фронтовых дневниковых записей поэта-переводчика Язепа Семежона	65
<i>Садко Л. М.</i> Матыў вясны ў паэзіі П. Броўкі 1930-х гг.....	72
<i>Эйюбова Р. Г.</i> <i>гызы</i> . Функциональная роль звукового фона в драматургии (на материале пьес азербайджанских драматургов)	80
<i>Шудейко М. Н.</i> Понятие мистического в литературе и его отражение в прозе	88

CONTENTS

General and Typological Linguistics

- Bogdanovich L. A.* To the Issue of the Frequency of Philological Terminology Units in Poetic and Mass Media Contexts (Corpus-Based Research) 7
- Kravtsova T.* The Use of Lexico-Stylistic Devices to Express Comic Modality (on the Material of Modern Announcements) 15
- Sysoyeva T. A., Tukhvatullina A. V.* Storytelling as a Company-Client Interaction Tool: Genre Aspect 21

Romance and Germanic Linguistics

- Kazimirova O. V.* Discursive and Informative Analysis of the Component 'Position' in English-Language Columnistics 28
- Romankevich M. N.* Fable Precedence in French Social Advertising 36
- Panteleenko A.* Thematic and Linguistic Diversity of Ergonomics in the Valle D'aosta Region of Italy (Based on Hotel Names) 43

Slavonic Languages

- Yakushava A.* Semantics and Syntactic Features of the Use of Emphatic Particles in the Language of Fiction (on the Example of I. Shamiakin's Works) 50

Studies in Literary

<i>Vilchinskaya A. V.</i> A Political Novel: to the Problem of Genre.....	57
<i>Laptsionak I. B.</i> Features of the Ideological and Thematic Content and Genre Form of the Front-Line Diary Entries of the Poet-Translator Yazep Semezhon.....	65
<i>Sadko L.</i> The Motif of Spring in P. Brouka's Poetry of the 1930-s	
<i>Eyyubova R. H.</i> Functional Role of Background Sound in Drama (Based on the Plays of Azerbaijani Dramatists).....	80
<i>Shudeiko M.</i> The Notion of the Mystical in Literature and its Reflection in Prose.....	88

ПРОБЛЕМЫ ОБЩЕГО И ТИПОЛОГИЧЕСКОГО ЯЗЫКОЗНАНИЯ

УДК 811.161.1'373'42

Богданович Лариса Анатольевна
аспирант кафедры белорусской
и русской филологии
Мозырский государственный
педагогический университет
имени И. П. Шамякина
г. Мозырь, Беларусь

Larisa Bogdanovich
PhD Student of the Department
of Belarusian and Russian Philology
Mozyr State Pedagogical University
named after I. P. Shamyakin
Mozyr, Republic of Belarus
larisa.blishch@yandex.ru

К ВОПРОСУ О ЧАСТОТНОСТИ ФИЛОЛОГИЧЕСКИХ ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ В ПОЭТИЧЕСКИХ И МАССМЕДИЙНЫХ КОНТЕКСТАХ (на материале корпусного исследования)

TO THE ISSUE OF THE FREQUENCY OF PHILOLOGICAL TERMINOLOGY UNITS IN POETIC AND MASS MEDIA CONTEXTS (Corpus-Based Research)

Статья посвящена исследованию особенностей функционирования языковедческих терминологических лексем в ненаучном контексте с целью установления ранга частотности их употребления в процессе формирования дополнительных смыслов. Объектом анализа послужили фрагменты поэтических и массмедийных текстов, отобранные с помощью Национального корпуса русского языка. В результате исследования представлен перечень лексем по частотности употреблений среди однокомпонентных и двукомпонентных филологических номинаций. Предложено объяснение количественного расхождения выявленных филологических номинаций в художественном и публицистическом видах дискурса.

Ключевые слова: филологическая терминология; детерминологизация; семантические группы; язык поэзии; язык массмедиа.

The article is devoted to the study of the features of philological terminological lexemes functioning in a non-scientific context in order to establish the frequency rank of their use in the process of forming additional meanings. The object of analysis constitutes fragments of poetic and mass media texts selected with the help of the Russian National Corpus (RNC). As a result of the study, a list of lexemes broken down by usage frequency among one-component and two-component philological nominations is presented. We establish a regularity that explains the significant quantitative discrepancy between the identified philological nominations in the artistic and journalistic types of discourse.

Key words: philological terminology; determinologization; semantic groups; poetry; mass media language.

Различные сферы коммуникации и дискурсивные практики (в частности, наука, поэзия, медиадискурс) имеют тенденцию пересекаться и взаимодействовать, отражая тем самым изменения в реальной действительности и ее актуальные запросы [1, с. 3].

Достаточно широкое использование в поэзии и медиадискурсе научной терминологической лексики может по праву считаться одним из специфических авторских решений для достижения различных стилистических эффектов. Филологическая терминология в ненаучном контексте выступает «транслятором авторского миропонимания» [2, с. 7–8]. Посредством использования специальной и нетипичной для данных видов дискурса лексики автор стремится создать у читателя (аудитории) образ, возникающий в результате появления у терминологической единицы аддитивной (дополнительной) коннотации [3, р. 61–99; 4, с. 4] в процессе когнитивно-семантических трансформаций терминологических единиц.

В результате фрагментарной утраты лингвистическим термином строго научного значения значительно расширяется свободная сочетаемость филологической терминологии (филологическая номинация вне прямой референции способна образовывать словосочетания с любыми или практически любыми другими словами), что влечет за собой семантические сдвиги, в некоторых случаях языковую компрессию, языковую игру [5].

Цель исследования – охарактеризовать лингвистические терминологические единицы в аспекте частотности употребления в поэзии и языке СМИ на базе Национального корпуса русского языка (НКРЯ) [6] (поэтический и газетный подкорпусы).

Актуальность настоящего исследования обусловлена необходимостью дальнейшего детального изучения филологических терминологических единиц (ФТЕ) и вариантов их преобразования в поэтических и массмедийных контекстах, поскольку любые факты междискурсивного взаимодействия относятся к тем живым языковым процессам, которые требуют своевременной фиксации и осмысления.

Достижение поставленной цели предполагало решение следующих задач:

- 1) выявить количество употреблений лингвистических терминов в поэтическом и газетном подкорпусах;
- 2) установить частотность употребления в контекстах указанных видов дискурса.

Нами использованы данные газетного подкорпуса, включающего фрагменты текстов таких СМИ, как «Известия», «Советский спорт», «Труд», «Комсомольская правда», а также тексты сообщений электронных агентств РИА «Новости», РБК, «Новый регион».

В поэтическом подкорпусе были выявлены фрагменты художественных произведений (созданных в период с XVIII в. до современности), содержащие ФТЕ.

На этапе отбора фактического материала применялся метод сплошной выборки и контекстуального анализа. Для установления рангов частотности филологических терминов использовался количественный метод, а также метод лингвистического описания в процессе систематизации и интерпретации результатов исследования [7].

Теоретической основой настоящего исследования стали фундаментальные исследования в области филологического анализа художественных текстов и лингвометафорологии Н. Д. Арутюновой, А. Н. Баранова, М. Блэка, М. Джонсона и Дж. Лакоффа, И. А. Долговой, Н. А. Илюхиной, Н. О. Кирилловой, С. Б. Кураша, В. А. Масловой, В. Д. Стариченка и др.

Общее количество выявленных ФТЕ (преобразованных и непреобразованных) в обоих видах дискурса – 170 (1 176 употреблений). Учету подверглись ФТЕ в пределах от словосочетания до текста.

Значительно большая часть выборки приходится на поэтический подкорпус и составляет 74,4 % (875 употреблений) от общего числа всех употреблений. Из них 804 (91,9 %) – однословные термины, 71 (8,1 %) – двухсловные термины [8, с. 645–646].

На газетный подкорпус приходится 25,6 % (301 отобранных единиц). Из них 247 (82,1 %) – однокомпонентные, 54 (17,9 %) – двухкомпонентные единицы (таблица).

Количественное соотношение филологических терминологических единиц в подкорпусах

Подкорпус	Поэтический		Газетный		Общее число употреблений
	Однословные	Двухсловные	Однословные	Двухсловные	
Кол-во	804 / 91,9 %	71 / 8,1 %	247 / 82,1%	54 / 17,9 %	
Всего	875 / 100 %		301 / 100 %		1176 / 100 %

Для составления списков частотности лексем мы прибегли к лемматизации и, что важно отметить, снятию лексической омонимии выявленной тропеически употребленной филологической лексики. Следует оговорить, что исследованию подверглись терминологические понятия, а не их омонимичные лексемы. Рассмотрим пример.

Словарь лингвистических терминов О. С. Ахмановой дает следующее определение лингвистического термина *основа*: «**ОСНОВА** (база, семантема, тема) – та часть словоформы, которая остается, если отнять от нее окончание и формообразующий суффикс, и с которой связывается лексическое (реальное, вещественное) значение этого слова» [9, с. 285].

В контексте: *Муж Вам, как ъ [ер], для того только нужен, / Чтобы толпа не заметила связь. / Знаете, дама, я только приставка, / Вы же основа, я – случай, суффикс, / Только к вечернему платью булавка! / Близкая дама! Салонная травка! / Вами пророс четверговый журфикс* (В. Шершеневич) [6], – находясь в сочетаемости с такими лингвистическими понятиями, как *приставка, суффикс*, а также окказионализмом *журфикс* (от *суффикс*), лексема *основа*, как видно, реализует именно терминологическое значение. В результате в контексте термин способствует реализации дополнительного смысла – авторской интерпретации человеческой природы.

При дальнейших подсчетах уменьшительно-ласкательные формы слов-терминов нами приводились к нейтральной форме (например, *буквочка* → *буква*, *рифмочка* → *рифма*, *стишок* → *стих*, *словечки* → *слово* и т.д.).

Подобным образом однокоренные слова (словообразовательные гнезда) [8, с. 578] были приведены к исходной единице (например, *рифмы* – *рифмочка* – *рифмовать* – *рифмованью* – *рифмоплёт* – *рифмовник* – *Рифмин* → *рифма*; *Ирония* – *иронейка* → *ирония*; *букв* – ***буквотело*** – *буквица* → *буква*; *слова́* – *слово* – *словечки* – *словооборот* → *слово* и т.д.).

Семантические изменения филологических номинаций определялись на основе сопоставления их словарных дефиниций с контекстуальными семантическими модификациями в поэтических и массмедийных фрагментах.

Большая часть выявленных единиц представлена субстантивами. Термины-прилагательные, -наречия, -глаголы в основном образованы от термина-существительного и встречаются редко. Подобные лексеммы функционируют в оттерминологических словосочетаниях (или в качестве самостоятельных оттерминологических единиц), например: ***семантический смерч***, ***интонационно не произносимо***, ***интонационно играющий***, ***иронический смысл надежды***, ***ритмизированный заговор***, ***зарифмовать*** *дыханье*, ***стихотворный жар***, а также ***деепричастный***, ***лексический***, ***орфографический***, ***синонимично*** и т.п.:

1. *Связать / цезурой сердце, обессмертить дух / строфой, **зарифмовать** дыханье двух, / метафорами молодость спасать? / Но это – аллегория, мой друг! / Ныряй / вот в эту ночь, в мир молний и морей, / в сон осени и дрожь души моей* (В. Соснора) [6];

2. *Текст Островского из прозы превратился в **ритмизированный заговор**, ритуальное камлание, морочащий речитатив, в котором отзвук молитвы нивелирован частушечьим распевом. У каждого здесь своя интонация: нежная, колеблющаяся у Катерины (Виктория Артюхова), властная – у Кабанихи (Марина Игнатова), разудалая, разбойничья – у Кудряша (Василий Реутов)* (Анна Банасюкевич. Гроза любви и смерти // lenta.ru, 2017.04.13) [6].

Все выявленные термины по структуре разделены на однословные – *запятая, слог, буква, эпитет, архаизм, клише* и т.п.; двухсловные – *спряжение глагола, сослагательное наклонение, красная строка, восклицательный знак* и т.д.) [8, с. 645–646].

Аналогичные оттерминологические цепочки слов были сведены к исходным словарным понятиям (например, *синтаксический аграмматизм* – *синтаксис* и *аграмматизм*; *красноречивей слов* – *красноречие* и *слово*; *личное местоимение множественного числа* – *личное местоимение* и *множественное число*) и в таком виде учитывались при подсчете.

Строго терминологические словосочетания (например, *множественное число*, *единственное число* и т.д.) рассматривались в качестве неделимого единства.

При оформлении частотного списка мы воспользовались понятием общего ранга слов, введенным профессором В. С. Баевским [10, с. 104]. Общий ранг представляет собой порядковый номер ряда слов с одинаковой частотностью по результатам исследования.

По результатам корпусного исследования поэтических текстов верх списка частотности лексем составили терминологические единицы *глагол* (220), *речь* (101), *слово* (34), *слог* (30), *точка* (27), *поэзия* (24), *эпитет* (21), *рифма* (15), *метафора* (15), *буква* (14), *литература* (13), *синтаксис* (11), *основа* (11), *букварь* (10), *запятая* (10).

В единичных фиксациях отмечены термины *аббревиатура*, *алфавит*, *амбивалентность*, *анаграмма*, *аорист*, *артикуляция*, *ассонанс*, *декламация*, *диалог*, *дикция*, *запятая*, *инвектив*, *иероглиф*, *интонация*, *инфинитив*, *ирония*, *кириллица*, *лемма*, *лингвистика*, *литера*, *литота*, *наклонение*, *образ*, *падеж*, *произношение*, *пословица*, *прагматика*, *предлог*, *префикс*, *просодии*, *пунктир*, *реликт*, *силлаб*, *склонение*, *троп*, *ударение*, *цоканье*, *числительное*, *шепелявость*, *энклитика*, *абзац*, *акцент*, *анжамбеман*, *апостроф*, *графика*, *звук*, *знак*, *местоимение*, *омоним*, *пауза*, *подлежащее*, *причастие*, *публицистика*, *рема*, *сказуемое*, *стиль*, *тире*, *язык* и т.п. (4 и менее упоминаний).

Значительный количественный перевес ФТЕ типа *глагол*, *речь*, *слово*, *точка*, *буква*, *слог* и некоторые другие можно объяснить тем, что данные языковые понятия являются одними из ключевых не только для предметной области лингвистика, но и для литературоведения и теории стихосложения. По данным НКРЯ выше названные терминологические единицы имели наибольшую популярность среди авторов художественных произведений в период с начала XVIII века (русская поэзия Золотого века) [6]. Предположительно, этим и объясняется такое их количественное преобладание.

Наибольшей частотностью в текстах СМИ характеризуются такие лексемы, как *слово* (64), *парадигма* (28), *буква* (22), *точка* (18), *запятая* (16), *метафора* (12), *архаизм* (11). По данным НКРЯ указанные ФТЕ начали активно использоваться в текстах газетно-публицистического стиля в период с середины XX до начала XXI веков [Там же].

Более низким рангом по частотности в публицистических текстах обладают такие однословные термины, как *абзац*, *абракадабра*, *акциденция*, *алогизм*, *анжамбеман*, *антитеза*, *архаический*, *букварь*, *дефис*, *интонация*, *литература*, *метафорика*, *модальность*, *морфема*, *морфология*, *определение*, *орфоэпия*, *парадигма*, *парцелляция*, *прагматика*, *прилагательное*,

произношение, пропозиция, речитатив, рифма, риторика, сингулярность, синтаксис, словесность, словообразование, существительное, текст, чтение, эпитет (4 и менее употреблений) и т.п.

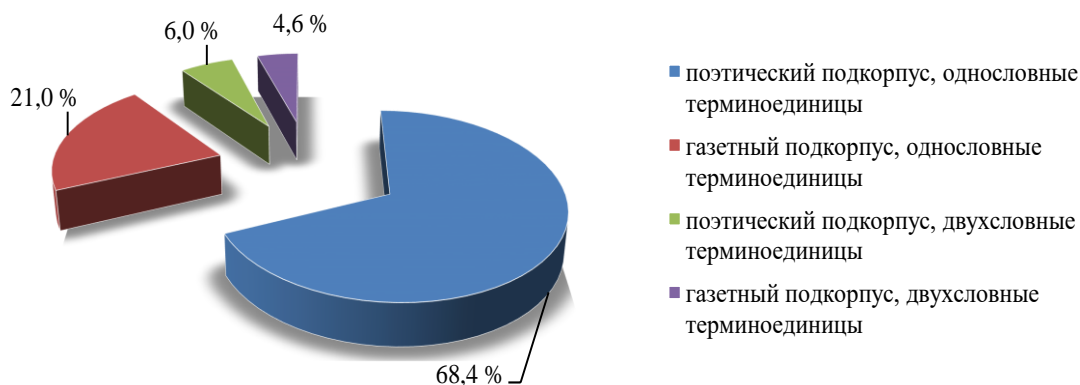
Низкий ранг частотности ФТЕ в обоих подкорпусах обусловлен поздним периодом их использования в нефилологическом дискурсе. Лексемы типа *сингулярность, синекдоха, троп* и т.п. вне терминологической репрезентации можно считать современными (середина XX–XXI вв.).

В поэтическом и массмедийном видах дискурса отмечены следующие двухсловные образно употребленные филологические непреобразованные номинации:

- в поэзии (*спряжение глагола* (13); *восклицательный знак* (6); *мягкий знак* (5); *игра слов* (4); *множественное число* (4); *красная строка* (3); *восклицательный знак* (3); *именительный падеж* (3); *части речи* (3); *твёрдый знак* (2); *знак препинания* (2); *дательный падеж* (2); *родительный падеж* (2), *крылатые слова* (2); *повелительное наклонение, будущее время* и некоторые другие встречались единожды);

- в массмедиа (*сослагательное наклонение* (10), *красная строка* (6); *крылатые слова* (6); *повелительное наклонение* (5), *эзопов язык* (4); *восклицательный знак* (2); *вопросительный знак* (2); *прямая речь* (2); *прошедшее время* (2); *будущее время* (2); *настоящее время* (2); *спряжение глагола* (1); *родительский падеж* (1); *авторская речь* (1); *качественные прилагательные* (1); *орфографическая норма* (1) и некоторые другие фиксировались в единичных случаях).

Общий удельный вес всех выявленных ФТЕ (1 176 употреблений – 100 %), функционирующих вне научного контекста (поэтический и газетный подкорпусы НКРЯ), представлен на рисунке.



Общий удельный вес выявленных ФТЕ

Такое явное количественное преобладание филологической лексики в текстах художественной литературы, по сравнению с языком СМИ, объясняется не только временным периодом ее употребления, но также и жанровой природой газетного текста.

В газете основную часть составляют тексты информационных жанров, меньше – аналитических жанров и еще меньше – художественно-публицистических жанров (очерк, фельетон, памфлет) [11]. Это связано с небывалой актуальностью оперативной информации в настоящее время. Поэтому терминология в общем и лингвистическая в частности используется в языке СМИ главным образом в прямом значении.

В художественном тексте поэтическая и метаязыковая функции языка переплетаются – поэтический текст приобретает свойство «автореферентности». По мнению Р. Якобсона, в поэзии происходит «направленность сообщения на само сообщение как таковое»: поэты являются не просто авторами поэтических произведений, но и филологами, «экспериментирующими над возможностями языка и потому обладающими особыми знаниями о нем» [12, с. 6].

Таким образом, в поэзии возможности использования лексем тематической сферы с аддитивными (дополнительными) коннотациями гораздо шире, так как поэтическая речь сама по себе образна, чрезвычайно разнообразна в жанрово-стилевом отношении и представляет художнику слова по сути безграничные возможности для творчества.

Проведенное исследование позволяет сделать следующие выводы.

1. Филологические термины русского языка имеют разную частотность в поэтическом и газетном подкорпусах: большинство употреблений зафиксировано в текстах художественного стиля и гораздо меньше – в текстах публицистического стиля.

2. Установленный в ходе исследования ранг частотности ФТЕ русского языка позволил выделить наиболее и наименее частотные лексемы.

3. Частотность употребления филологических лексем в поэзии и языке СМИ связана с жанровой природой представленных текстов. Данное обстоятельство объясняет более низкий процент употреблений филологических номинаций в текстах публицистического стиля в сравнении с поэтическими текстами.

4. Несмотря на то, что язык современных СМИ уступает поэзии по количеству функционирующих в нем филологических терминов, он по праву может считаться «филологичным», а работа публициста со словом – приближенной к аналогичной работе поэта. Выявленный фактический материал позволил усмотреть не только постмодернистские тенденции к ценности слова (языка, текста), но и динамические процессы, важные для самого медиадискурса. Интеллектуализация текста («подключение» научного дискурса) и усиление «игровой» составляющей (различного рода семантические трансформации терминов) используются авторами как дополнительные средства привлечения внимания потенциального потребителя информации в условиях информационной перенасыщенности современного коммуникативного пространства.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Гвоздович, Г. А.* Грамматическая терминология русского и белорусского языков: истоки, структура, функционирование / Г. А. Гвоздович ; науч. ред. В. И. Ивченков. – Минск : БГУ, 2008. – 167 с.
2. *Попова, И. А.* Метафорическая экспликация концепта огонь в аспекте лингвостилистического анализа художественного текста (на материале прозы М. Горького и И. Бунина) : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / И. А. Попова ; Рос. ун-т дружбы народов. – М., 2012. – 24 с.
3. *Blank, A.* Why do new meanings occur? A cognitive typology of the motivations for lexical semantic change / A. Blank // *Historical semantics and cognition* / ed.: A. Blank, P. Koch. – Berlin ; N. Y. : Mouton de Gruyter, 1999. – P. 61–89.
4. *Багиян, А. Ю.* Детерминологизация английской технической терминологии в научно-популярном дискурсе : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04 / А. Ю. Багиян ; Пятигор. гос. лингвист. ун-т. – Пятигорск, 2015. – 31 с.
5. *Редкина, Е. С.* Лексические доминанты текстов новейшей русской поэзии (опыт выявления частотной лексики) [Электронный ресурс] // *Изв. РГПУ им. А. И. Герцена*. – 2017. – № 183. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/leksicheskie-dominanty-tekstov-noveyshey-russkoj-poezii-opyt-vyyavleniya-chastotnoj-leksiki>. – Дата доступа : 21.02.2022.
6. Национальный корпус русского языка [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://ruscorpora.ru/>. – Дата доступа : 20.02.2022.
7. *Панфилова, Е. Г.* Устойчивые императивы немецкого языка: анализ частотности употребления в речи (на материале корпуса немецкого языка DWDS-CORPUS) [Электронный ресурс] // *Филологические науки. Вопросы теории и практики*. – 2021. – № 4. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/ustoychivye-imperativy-nemetskogo-yazyka-analiz-chastotnosti-upotrebleniya-v-rechi-na-materiale-korpusa-nemetskogo-yazyka-dwds>. – Дата доступа : 23.03.2022.
8. *Стариченок, В. Д.* Большой лингвистический словарь / В. Д. Стариченок. – Ростов н/Д. : Феникс, 2008. – 810 с.
9. *Ахманова, О. С.* Словарь лингвистических терминов / О. С. Ахманова. – М. : Сов. энцикл., 1966. – 607 с.
10. *Баевский, В. С.* Частотная структура лексики А. Вознесенского / В. С. Баевский // *Стих русской советской поэзии*. – Смоленск : СГПИ, 1972. – С. 102–145.
11. Виды жанров журналистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://myfilology.ru//145/osobennosti-funktsionalnykh-stilei-russkogo-iazyka/vidy-zhanrov-zhurnalistiki/>. – Дата доступа : 17.03.2022.
12. *Фатеева, Н. А.* Поэзия как филологический дискурс / Н. А. Фатеева. – Изд. 2-е. – М. : Издат. дом ЯСК, 2017. – 360 с.

Поступила в редакцию 10.05.2022

Кравцова Татьяна Александровна
преподаватель кафедры фонетики
и грамматики английского языка
Минский государственный
лингвистический университет
г. Минск, Беларусь

Tatyana Kravtsova
Tutor at the Department of Phonetics
and Grammar of the English Language
Minsk State Linguistic University
Minsk, Belarus
tatyana-kravcova-2011@mail.ru

**ЛЕКСИКО-СТИЛИСТИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ВЫРАЖЕНИЯ
КОМИЧЕСКОЙ МОДАЛЬНОСТИ
(на материале современных объявлений)**

**THE USE OF LEXICO-STYLISTIC DEVICES TO EXPRESS
COMIC MODALITY
(on the Material of Modern Announcements)**

В статье рассматривается использование лексико-стилистических средств (ЛСС) для создания комической модальности в рекламном дискурсе, а именно в объявлениях. Наиболее употребительными ЛСС, получившими реализацию в проанализированных русскоязычных объявлениях, являются олицетворение и аллюзия. Использование данных ЛСС позволяет адресату считывать имплицитное послание с учетом лингвокультурологических знаний. Менее употребительными ЛСС являются перифраз и метафора, способствующие снижению рестриктивности прямых предписаний в объявлениях. Универсальным для всех ЛСС, участвующих в создании комической модальности, является сокращение дистанции между автором и адресатом и нивелирование конфликтности.

К л ю ч е в ы е с л о в а: модальность; комическая модальность; лексико-стилистические средства; рекламный дискурс; объявления.

The article examines lexical and stylistic devices used to create a comic modality in the advertising discourse, in announcements in particular. The most frequent lexical and stylistic devices are personification and allusion that appeal to the most significant features of the phenomena mentioned in the announcements; these enable the addressee to identify the implied message appealing to their linguistic and cultural knowledge. Less frequent devices are periphrasis and metaphor that help to decrease the straightforwardness of direct orders in announcements. The universal aim of all the devices that take part in the creation of the comic modality is to bridge the gap between the addresser and the addressee and to preclude the potential conflict.

К e y w o r d s: modality; comic modality; lexico-stylistic devices; advertising discourse; announcements.

Для современного информационного мира характерна высококонкурентная борьба за целевую аудиторию: у создателей объявлений, рекламных плакатов и т.п. есть несколько секунд, чтобы заинтересовать адресата и побудить к действию. Привлечение внимания аудитории может осуществляться разными лингвистическими и экстралингвистическими средствами. Так, модальность является одним из таких действенных и широко применяемых средств.

Модальность определяется по-разному в зависимости от научного подхода. С точки зрения грамматики, модальность – «грамматическая категория, выражающая отношение содержания речи к действительности и выражающаяся формами наклонения глагола, интонацией, вводными словами и т.п.» [1]. С позиций дискурсологии, модальность является значимой категорией наравне с цельностью, диалогичностью, информативностью, ситуативностью, целенаправленностью и интертекстуальностью [2]. Универсально значимой при разности подходов является способность модальности передавать отношение говорящего к продуцируемому сообщению.

Следует отметить, что модальность может отражать как объективное (объективная модальность), так и субъективное отношение говорящего к действительности (субъективная модальность) [3]. Объективная модальность является обязательной характеристикой для любого высказывания, так как выражает соотносимость высказывания с реальностью/ирреальностью существующей действительности, в то время как субъективная модальность – это необязательный признак высказывания, указывающий на отношение говорящего к высказыванию.

Особой разновидностью модальности является комическая модальность, находящая широкое применение в различных типах дискурса. Модальность в целом и комическая модальность в частности изучается как белорусскими (Н. Ю. Павловская, О. И. Уланович, Н. Б. Мечковская) и российскими (О. Н. Телятникова, Д. В. Казакова, Н. Ю. Степанова, Е. М. Радина и др.), так и канадскими, британскими, американскими, испанскими и прочими (Т. R. Shultz, G. Ritchie, D. L. F. Nilson, A. Z. Aguilar) исследователями. Особый интерес представляет анализ реализации субъективной модальности, понимаемой как «особый вид общеязыковой универсальной категории модальности, выражающий оценочное суждение говорящего (пишущего) к сообщаемому с целью создания комического эффекта» [4, с. 7].

В настоящей статье рассмотрены ЛСС создания субъективной комической модальности на примере русскоязычного рекламного дискурса. В данном типе дискурса комическая модальность является факультативным элементом высказывания. Практическим материалом исследования послужили 50 объявлений, отобранных методом сплошной выборки из свободных источников в Интернете, и характеризующиеся наличием комической модальности. Термин *объявление* мы понимаем, вслед за А. П. Евгеньевой, в широком смысле как «сообщение, извещение о чем-либо, доводимое до общего сведения, помещенное где-либо для широкого ознакомления» [5, с. 580].

В результате применения семантического, контекстуального, стилистического, количественного анализа объявлений с комической модальностью выявлено частотное функционирование в них таких ЛСС, как *перифраз*, *метафора*, *олицетворение*, *аллюзия*, *антиклимакс*, *парадокс* и *гипербола*.

Примером наиболее употребительных ЛСС, участвующего в создании комической модальности в проанализированных объявлениях выступает о л и ц е т в о р е н и е (представлено в 21 % объявлений). Например, *Внимание! Розетка проявляет агрессию!; Печенье не массажировать. Оно этого не любит.* Неодушевленные предметы (*розетка, печенье*) наделяются эмоциями и чувствами (*проявляет агрессию, не любит*), что не только способствует созданию комической модальности, но и подчеркивает значимость действия, которое нужно/не нужно совершать с предметом.

В 20 % проанализированных объявлениях с комической модальностью реализована а л л ю з и я. Например, *Саня Белый уже не тот. Потолки от Саши Белого. Работаю сам, без бригады.* Упоминание персонажа популярного в 2002 г. сериала «Бригада» призвано привлечь внимание к объявлению, а сравнение криминального авторитета и мастера по ремонту потолков способствует созданию комического эффекта. Последний достигается и за счет наличия общих культурологических опор у представителей языкового коллектива. Упомянутой опорой выступает популярный в обществе в 2002 г. сериал и его главный герой Саша Белый.

Еще одним примером актуализации лингвокультурологических опор в объявлениях является *Не колупайте сиденья, бриллиантов там нет* – просьба не портить имущество отсылает адресата к роману И. Ильфа и Е. Петрова «Двенадцать стульев», где в поисках бриллиантов героини вскрывали обивки стульев. Контраст между значительной целью в производстве «Двенадцать стульев» (найти бриллианты) и простым баловством (*колупать сиденья*), а также употребление пониженной лексики (*колупать* – просторечное слово) позволяют автору достичь комического эффекта.

Для создания комической модальности в объявлениях также используется п е р и ф р а з (реализованный в 16 % проанализированных объявлений). Например, *Одежда для лысых и безработных* (на магазине детской одежды). Вместо слова *детей* автор перечисляет некоторые характеристики данной возрастной группы. Комичный эффект достигается за счет нетипичного переноса характеристик одной возрастной группы на другую – дети описаны как *лысые* и *безработные*. Несоответствие ожидаемого в описании детей и вербализованного в сообщении (*лысые и безработные*), несомненно, способствует привлечению внимания к посланию.

М е т а ф о р а выявлена в 16 % проанализированных объявлений. Например, *Водитель – не осьминог, всем сразу сдачу дать не может.* Необычное сравнение человека с моллюском, у которого большое количество конечностей, позволяет не только подчеркнуть «ограниченные» возможности человека, но и снять негативную окраску, которую могут нести объявления, призывающие к выполнению определенных правил.

В объявлении *Осторожно! В 19 кв. – злая собака! (Кидается яйцами с балкона)* аналогично проведено сравнение человека с животным, для подчеркивания некоторых характеристик: собака не столь умна, как человек, под влиянием инстинктов животное может совершать странные, с точки

зрения более высокоразвитого существа – человека, поступки. Так, автору удастся нивелировать негативный посыл через комичность: первая часть объявления *Осторожно! В 19 кв. – злая собака!* достаточно стандартна, в то время как продолжение *Кидается яйцами с балкона* неожиданно и позволяет понять, что речь идет не о животном, а о человеке, поскольку собака не может совершить подобные действия. Это продолжение, где читающему открываются истинное послание автора, и создает комичный эффект.

К менее частотно вербализованным ЛСС в проанализированных объявлениях с комической модальностью относятся антиклимакс (10 %), парадокс (9 %) и гипербола (8 %).

Примером антиклимакса служит объявление *Категорически запрещается находиться в зоне подъезда машин к месту выгрузки/погрузки. Сотрудники, нарушившие данное распоряжение, будут раздавлены, а оставшиеся в живых – уволены!* В данном объявлении упомянутый «объем вреда» располагается в обратной последовательности: *раздавлены – уволены*. Этот нетипичный переход для объявлений формального типа создает комичность.

Приведем пример парадокса: *Уважаемые родители! Ввиду активизации деятельности международной террористической организации ИГИЛ убедительно просим вас закрывать калитку на крючок.* Первая часть объявления настраивает адресата на получение значимой для его безопасной жизнедеятельности информации (активизации деятельности международной террористической организации), в то время как вторая (*просим вас закрывать калитку на крючок*) – «корректирует» предшествующую информацию, смещая акцент к менее драматичной, повседневной реальности. Очевидное несоответствие ожидаемого и вербализованного в объявлении (террористическая угроза vs. крючок калитки) создают эффект обманутого ожидания, который, по мнению С. А. Золотаревой [6], лежит в основе парадокса. Так, применение парадокса при создании комической модальности в данном случае способствует максимальному привлечению внимания адресата посредством апелляции к базовой потребности безопасности.

Парадокс реализован и в объявлении *Новинка!!! Колбаса из мяса*, где сообщение об уникальных свойствах продукта питания, которые являются базовыми, вызывает у адресата недопонимание, а затем – смех. Кроме того, использование назывных предложений создают динамичность, способствующую развитию комического потенциала сообщения.

Реализация гиперболы может быть проиллюстрирована объявлением *Уважаемые курильщики! Огромная просьба, умирайте на улице.* Слово *курите* заменено на *умирайте*, что преувеличивает эффект от потребления табака. Кроме того, привлечению внимания способствует и контрастность в использовании формального обращения *Уважаемые курильщики!* и призыва *Огромная просьба*.

Отметим также употребление иронии – одного из наиболее значимых стилистических приемов, получающих реализацию в создании комической

модальности в объявлениях. Так, *Руки просовывать можно! Ведь человеческие пальцы: легко откусить, очень полезные; Тихони едут до конечной; Пожалуйста, ставьте машины вплотную к забору, а то он падает от ветра* проявляется имплицитная оппозиция лексического значения используемых языковых единиц и истинного доносимого авторами смысла (пальцы не просовывать, заранее громко предупредить водителя, не ставить машины). Использование иронии позволяет избежать прямого запрета на некоторые действия, но позволяет адресатам идентифицировать истинный смысл посланий.

Таким образом, перечень выявленных ЛСС, используемых для создания комической модальности в проанализированных русскоязычных объявлениях, достаточно велик. При этом наибольшая рекуррентность вербализации характерна для олицетворения и аллюзии (представлены в 21 % и 20 % случаев соответственно), способствующих акцентированию внимания на наиболее значимых характеристиках объекта и апеллирующих к способности адресата считывать послание с учетом лингвокультурологических знаний. Меньшая употребительность была выявлена у перифраза (16 %) и метафоры (16 %), способствующих снижению рестриктивности прямых предписаний в проанализированном материале. Наименее частотно эксплицированы антиклимакс, парадокс, гипербола (представлены в 8–10 %), что во многом обусловлено сложностью реализации данных ЛСС в исследуемых типах текстов.

Таким образом, установлено, что реализованная в рассматриваемых объявлениях комическая модальность позволяет сократить дистанцию между автором и адресатом, нивелировать негатив и конфликтогенность при употреблении императивов в сообщениях. Кроме того, использование выявленных ЛСС (например, аллюзия, перифраз, метафора и т.д.) позволяет обогатить высказывание скрытыми смыслами, декодируемыми адресатом благодаря общности имеющегося лингвокультурологического опыта у представителей одной лингвокультуры. Применение различных ЛСС в объявлениях с целью создания комической модальности, несомненно, способствует привлечению внимания, увеличению узнаваемости и запоминаемости продукта/услуги и т.п.

ЛИТЕРАТУРА

1. Толковый онлайн-словарь русского языка Т. Ф. Ефремовой [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://lexicography.online/explanatory/efremova/%D0%BC/%D0%BC%D0%BE%D0%B4%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%8C>. – Дата доступа : 01.04.2022.
2. Категории комического институционального дискурса (на материале выступлений американских стэндап-комиков) [Электронный ресурс] // core.ac.uk. – Режим доступа : <https://core.ac.uk/download/pdf/46591062.pdf>. – Дата доступа : 01.04.2022.

3. Баранов, А. Г. Функционально-прагматическая концепция текста : автореф. дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.19 / А. Г. Баранов ; Кубан. гос. ун-т. – Краснодар, 1993. – 180 л.
4. Телятникова, О. Н. Языковые средства выражения комической модальности : на материале произведений английской художественной литературы XVIII–XXI веков : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04 / О. Н. Телятникова ; Поволж. гос. соц.-гуманит. акад. – Самара, 2010. – 30 с.
5. Словарь русского языка : в 4 т. / под ред. А. П. Евгеньевой. – 2-е изд. – М. : Рус. яз., 1981–1984. – Т. 2. – 1982. – 736 с.
6. Золотарева, С. А. Парадокс – стимуляция имплицитных шагов в высказывании («обманутое ожидание») / С. А. Золотарева // Вестн. Дагестан. науч. центра. – 2010. – № 36. – С. 96–100.

Поступила в редакцию 31.05.2022

Сысоева Татьяна Александровна
кандидат филологических наук, доцент,
доцент кафедры речеведения
и теории коммуникации
Минский государственный
лингвистический университет
г. Минск, Беларусь

Tatsiana Sysoyeva
PhD in Philology, Associate Professor,
Associate Professor of the Department
of Specheology and Communication Theory
Minsk State Linguistic University
Minsk, Belarus
tanyasys@tut.by

Тухватуллина Анна Викторовна
студент
Минский государственный
лингвистический университет
г. Минск, Беларусь

Anna Tukhvatullina
Student
Minsk State Linguistic University
Minsk, Belarus
tukhvatullinaa@yahoo.com

СТОРИТЕЛЛИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ КОМПАНИИ И КЛИЕНТА: ЖАНРОВЫЙ АСПЕКТ

STORYTELLING AS A COMPANY-CLIENT INTERACTION TOOL: GENRE ASPECT

В работе представлен сравнительный анализ лингвистических особенностей PR-публикаций, созданных компанией с целью продвижения бренда, а также отзывов, написанных клиентами и отражающих их положительный опыт взаимодействия с организацией. Анализируемые жанры имиджевого интервью, бэкграундера и отзыва объединяет использование приема сторителлинга, который получает разное языковое воплощение в сообщениях от лица компании и клиентских отзывах.

К л ю ч е в ы е с л о в а: бренд; сторителлинг; жанр; интервью; бэкграундер; отзыв.

The paper introduces a comparative analysis of linguistic means that are used in PR-publications created for brand promotion and clients' reviews reflecting their positive experience with the company. The common feature of genres under consideration – image interview, backgrounder and review – is the storytelling technique, which is implemented differently in the company's messages and clients' reviews.

Key words: brand; storytelling; genre; interview; backgrounder; review.

Сторителлинг – явление многогранное, однако в контексте маркетинга и связей с общественностью он по традиции воспринимается как инструмент, используемый брендом для формирования и поддержания доверительных отношений со своей целевой аудиторией, создания уникального информационного поля вокруг компании. Это своего рода интерактивный вид искусства, в котором элементы и образы истории представлены с помощью слов или действий, стимулирующих воображение адресата [1].

Как демонстрирует анализ коммуникации различных компаний со своими потребителями, последние «становятся более заинтересованы в живых и глубоких отношениях с брендом» [2, с. 14]. В ответ на эту потребность

возникла тенденция к гуманизации компаний, стремление брендов показать, что за продуктами, услугами и статусом юридического лица стоят такие же люди, как и представители целевой аудитории. Теперь компании больше ориентируются на эмоции, эмпатию и ценности, больше говорят о своей миссии и мотивации, о своих сотрудниках, процессе и подходе к созданию продукции. Это побуждает их использовать сторителлинг не просто как способ коммуникации, но как стратегический инструмент для брендинга [3, р. 23].

У сторителлинга есть и негативная сторона. Потребители зачастую считают, что между ними и брендами, которым они доверяют, существует психологический контракт. Когда он нарушается и бренд обманывает доверие клиента, наиболее преданные клиенты склонны к более открытому выражению негодования по сравнению с менее преданными [4, р. 134]. По этой причине исследователи не рекомендуют использовать сторителлинг, если качество продукта вызывает сомнения или между ценностными ориентирами и реальной деятельностью компании обнаруживаются противоречия. Однако очевидной сильной стороной сторителлинга является универсальность, позволяющая компаниям реализовать его в самых разных жанрах (статья, бэкграундер, комикс, подкаст, интервью, e-mail-рассылка, отзыв, чат-бот и т.д.), а тщательное изучение целевой аудитории бренда на подготовительном этапе стратегического планирования призвано подсказать, какой именно формат окажется наиболее выгодным в данном случае. Благодаря универсальности сторителлинг находит свое место в рамках SMM (поисковой оптимизации внутри социальных сетей), контент-маркетинга и даже SEO – работы с сайтом, его модификации под поисковые запросы клиентов за счет создания семантического ядра (т.е. «набора ключевых слов, которые вводятся в запросы поисковых систем для подбора определенных товаров, услуг и информации» [5, с. 227]) и органичного размещения ключевых слов и фраз на страницах.

Согласно определению сторителлинга одним из его самых значимых аспектов выступает язык. Любой языковой выбор в сообщениях от лица компании тесно связан с ее ценностями, желаемым имиджем и внутренней культурой, поскольку влияет на ассоциации, которые возникнут у потребителя в связи с брендом и на которые он будет полагаться, совершая покупку [2, с. 15]. Этот выбор также эксплицирует отношения между аудиторией и компанией, демонстрирует, насколько хорошо бренд знает свою целевую группу и может ли говорить с ней на одном языке.

В настоящей публикации рассматриваются PR-тексты двух жанров – имиджевое интервью и бэкграундер. Материалом послужили ключевые сообщения от лица производителей натуральной косметики Cream.ly, Purelove, Sativa, SmoRodina, представленных на белорусском и российском рынках. В интервью создатели брендов рассказывают журналистам интернет-порталов об истории появления их бизнеса, и ссылка на публикацию размещается в социальных сетях компании (раздел «Мы в СМИ») или

дублируется в соответствующем разделе корпоративного сайта. Что касается бэкграундера, к данному жанру можно отнести тексты, размещенные в разделе сайта «О компании». Если в обычном понимании бэкграундер воспринимается как дополнение к пресс-релизу, содержащее фоновую информацию и призванное дать ответы на вопросы, которые могут возникнуть у журналистов, то «на сайте бэкграундер имеет полностью самостоятельный характер, не привязывается ни к каким событиям (и интернет-релизам). Его назначение состоит в том, чтобы предоставить целевым аудиториям информацию о профиле работы компании, истории создания и развития» [6, с. 135].

Однако Интернет предлагает площадки для массовой коммуникации не только компаниям: такую же возможность получают и клиенты. Многие обращаются к Сети для реализации потребностей в общении, установления эмоциональной связи, получения поддержки, ощущения принадлежности к какому-либо сообществу. Люди склонны делиться своим положительным и негативным опытом онлайн, реагировать на сообщения других пользователей, вовлекаясь в бесконечную цепочку импульсов и реакций, внося свой вклад в работу «сарафанного радио», при этом иногда пренебрегая проверкой распространяемых историй на достоверность. В последнем случае желание развлекать и развлекаться становится важнее правды, что может привести к дезинформации и потенциальному ущербу для репутации компании [4, р. 134]. Делая репосты и оставляя комментарии, покупатели также вводят в сообщение элементы сторителлинга или рассказывают полноценные истории. Отзывы на продукцию косметических брендов, как правило, описывают психологическое преобразование клиента, которого тот добился, решив проблему при помощи определенного косметического продукта.

Материал исследования – публикации, созданные для продвижения брендов натуральной косметики (имиджевые интервью и бэкграундеры), а также отзывы покупателей – выступил основой для сравнительного анализа, направленного на выявление особенностей применения сторителлинга компанией и ее клиентами. Наиболее заметная общая черта сторителлинга от бренда и сторителлинга от клиента – наличие эмотивной лексики и других средств выразительности речи. Компания использует подобную лексику для воздействия на эмоциональное восприятие адресата и его ценности (*уникальный косметический бренд; полноценное уходовое решение для конкретной кожи; забота об экологии – интересно и очень занято*), а также для трансляции определенного имиджа и противопоставления собственной продукции антагонистическому образу «обычных уходовых средств» (*непонятные баночки со странными составами*). Клиентура брендов, в свою очередь, прибегает к использованию эмотивной лексики для передачи своих впечатлений от продукта (*Это ж прям восторг и magic какой-то; Я – счастлива!*), оценки его эффективности (*Средства какие-то волшебные!*; *Обновленная сыворотка – чудо!*). Также эмотивная лексика служит для демонстрации контраста «недоверие – доверие».

Клиенты сталкиваются с подобной трансформацией в ходе преодоления препятствий: *У меня на лице творился какой-то Ад!; При использовании какого-то нового средства или процедуры чувство воодушевления и радости сменялось разочарованием от несбывшихся ожиданий и надежд; Теперь для меня покупка у вас – это лишь повод напомнить себе и показать: я себя люблю, я этого достойна.*

В том, что касается средств выразительности речи, компании проявляют бóльшую оригинальность, чем клиенты. При создании публикаций используются метафоры («переваривание» косметики; *кожа расслабляется, утоляет голод и успокаивается*), сравнения ([биологи и биохимики] *разбираются в физиологии кожи – этой сложной многомерной паутине взаимных влияний и параллельных реакций; косметическая индустрия – это запутанный клубок интересов*), гиперболы: *В наших варочных цехах можно проводить полостные операции* (речь идет о степени стерильности помещения). Встречаются противопоставления (*это не работа, это любовь и образ жизни*), градация, добавляющая эффект драматичности: *Но наш организм знаком с ними только с XX века. Он не жил с ними в гармонии на протяжении миллионов лет. Он не знает, что с ними делать* (о синтетических веществах). Такой контент выделяется и лучше запоминается, поскольку стимулирует эмоциональные процессы и воображение адресата. При помощи подобных средств компания может говорить с клиентом о сложных явлениях простым языком, выделяя элементы текста с особой смысловой и ценностной нагрузкой.

Если художественные приемы в публикациях бренда акцентируют процессы, то в отзывах клиентов они подчеркивают результаты использования косметики. Для этого применяются эпитеты, сравнения, метафоры, преувеличения: *бархатные щёки* (эпитет); *остальные сто баночек отправились в мусорку* (гипербола); *кожа после такой нагрузки «цветет»*; *кожа благодарит за такой подарок* (метафора); *я теперь как кот с валерьянкой* (сравнение).

Что касается отличительных особенностей сообщений от бренда и пользовательских отзывов, то самая очевидная из них – степень подготовленности истории. Эталонный сторителлинг от лица бренда основывается на результатах кропотливой работы, проходящей в несколько этапов: определение ценностей бренда и его создателей, выявление архетипического образа бренда, изучение целевой аудитории и ее проблем и т.п. Уровень подготовки отражается на грамотности текстов, их синтаксической оформленности. Напротив, контенту, создаваемому клиентами, свойственны опечатки (*Алена, здравствуйте!*), признаки разговорной речи, такие как сленг, клише, междометия, нарушение лексической сочетаемости и т.п.: *А! И отдельное счастье вам в карму за запахи!!!!; В плане мазулек я не могу долго пользоваться чем-то одним долгое время; Вы и ваша косметика точно стала символом и небольшим маяком в бушующем море жизни; Потом я ушла в загул по миру других производителей.* Для отзывов характерно

обилие восклицательных предложений и интенсификаторов (*супер средство; рекомендую абсолютно всем подругам; действительно нравится мое лицо; безумно полюбился пилинг*), сумбурность и спонтанность. Наблюдается высокая концентрация графических средств выражения эмоций (эмодзи, Caps Lock, многоточия): *Это такое счастье, видеть свою кожу НАКОНЕЦ-ТО такой; А крем?! А запах (что-то такое лимонное... или мелисса...) ну космос!!! ✍️*. В некоторых случаях используется апелляция к авторитету с целью подчеркнуть вес высказываемого мнения: *Я как психолог читаю вас, радуюсь, как грамотно вы многие вещи рассказываете; Мне партнер сделал комплимент: сказал, что меня словно в Photoshop отретушировали. Он фотограф*. В то же время другие пользователи подчеркивают субъективность своего мнения, допуская, что не все могут его разделять: *Стоит еще нахвалить ароматы, текстуры и красоту продуктов, но я считаю, что важен результат, который заметили все!; На мой взгляд, здесь результат на ЛИЦО!; Лично для меня то, что средство не вызывает аллергическую реакцию, – величайшая радость*.

Основной мотив написания отзыва – дать оценку продукту и выразить благодарность: *Огромное и огромное Спасибо; Благодарю ♥; Алёна, спасибо ещё и ещё раз! Бесконечное, искреннее!; Алена, СПАСИБО!!! Миллион раз!; Спасибо от всей души*. В отличие от отзывов, главные задачи публикаций бренда – информировать и убедить. Придать вес аргументам помогает употребление терминологии (*восстановить липидный слой и микробиом с помощью церамидов, сквалана, триглицеридов, синтетической мочевины, гиалуроновой кислоты, пептидов, витаминов, правильных масел, пребиотиков*), которая воздействует на рациональное восприятие человека, повышает экспертность бренда в глазах потребителя и таким образом способствует формированию доверия. В контексте брендов, созданных в странах СНГ, географические названия также могут апеллировать к авторитетности и качеству: *У нас был 1 склад/логистический центр в Голландии и 1 лаборатория в УК; Компоненты мы закупает по всему миру: Франция, Германия, Англия, Бразилия, Сингапур; В средствах использованы ингредиенты нового поколения из Швейцарии и Японии*. Еще одна функция топонимов – показать масштабность бренда, продемонстрировать его «вес» в индустрии и уже имеющееся доверие клиентов в разных странах. Знакомые географические названия могут апеллировать к чувствам ностальгии или гордости, что также способствует установлению контакта с аудиторией.

С целью вовлечения потребителя в виртуальный «диалог» авторы PR-публикаций используют местоимения, прибегая к классическим формулам «мы для вас» и «вместе мы», которые включают адресата в нарратив: *Только представь – благодаря тому, что у тебя появится собственный дозатор, мы сократим количество этих перерабатываемых деталей в 2–4 раза!; Мы знаем, как сильно увеличивает количество свободных радикалов в коже, когда она пытается удалить из себя ксенобиотики. Реже*

встречается обращение на «ты», призванное сократить дистанцию между автором текста и адресатом: *Мы просто уверены – ты уже пользуешься нашими новинками – кремами для лица!*; *Мы всегда стараемся держать тебя в курсе наших новостей и самых интересных тем!*. В большинстве случаев создатели бренда и его целевая аудитория принадлежат к одному поколению, что позволяет подобным обращениям звучать органично, без лишней фамильярности.

Принадлежность к одной культуре также дает возможность обратиться к совместному опыту определенной общности людей, говорящих на одном языке, через прецедентные феномены: *Пигментации бой* (отсылка к советскому плакату «Пьянству – бой!»); *Все, что вы назагорали этим летом, может быть использовано против вас!* (отсылка к так называемому правилу Миранды, хорошо известному многим по фильмам и книгам: «Вы имеете право хранить молчание. Все, что вы скажете, может и будет использовано против вас в суде»). Прецедентные феномены также представляют интерес благодаря своей способности придать тексту игровой характер, вызвать у адресата любопытство. Они делают сообщение менее категоричным: за получателем сообщения остается право не воспринимать его всерьез, приняв за шутку.

На синтаксическом уровне для вовлеченности читателя в текст и создания эффекта интерактивности используются разные коммуникативные типы высказываний (побудительные, вопросительные, восклицательные). Они акцентируют внимание на определенных моментах, нарушают монотонность повествования, увеличивают эмоциональность и динамичность текста, делают его более легким для прочтения: *Признавайтесь, у кого еще ушла излишняя жирность после смены очищения и добавления в уход масел?*; *Помогайте своей коже ежедневно и обязательно увидите результат!*. Отдельно стоит отметить использование риторических вопросов, призывающих адресата к диалогу. Такие предложения провоцируют размышления (*А точно ли Cream.ly поможет?*), вызывают заинтересованность в излагаемой далее информации, а также помогают манифестировать ценности производителя: *Как нам удастся нормализовать жирность кожи клиентов?*.

Таким образом, сторителлинг является универсальным инструментом, используемым в ходе коммуникации между компанией и ее клиентами, однако его конкретное языковое воплощение определяется целями, которые преследует адресант. В жанрах имиджевого интервью и бэкграундера приводится история создания бренда и транслируются его ценности, тогда как отзыв клиента содержит историю решения проблемы при помощи продукта и описывает личный опыт его использования. В публикациях, генерируемых брендом, сторителлинг помогает убедить и информировать, а в сообщениях от лица клиентов – дать оценку продукту и поблагодарить компанию-производителя. Совершенно очевидно, что успешная реализация коммуникативной цели в каждом случае требует собственных языковых

средств (например, терминологической лексики в PR-публикациях или сленгизмов в отзывах). При этом всем трем жанрам свойственны общие моменты (использование эмотивной лексики и приемов речевой выразительности), которые обусловлены характерными чертами сторителлинга как такового.

ЛИТЕРАТУРА

1. What Is Storytelling? [Electronic resource] // National Storytelling Network. – Mode of access : <https://storynet.org/what-is-storytelling/>. – Date of access : 10.04.2022.
2. Соловьева, Д. В. Естественный сторителлинг как инструмент реализации стратегии бренд-коммуникаций на основе концепции атмосферного маркетинга / Д. В. Соловьева, А. А. Васильева // Практический маркетинг. – 2021. – № 5 (291). – С. 14–21.
3. Lerman, D. The Language of Branding: Theory, Strategies and Tactics / D. Lerman, R. J. Morais, D. Luna. – N. Y. : Routledge, 2018. – 154 p.
4. Kozinets, R. V. Introduction to Special Issue: Trust in Doubt: Consuming in a Post-Truth World / R. V. Kozinets, A. D. Gershoff, T. B. White // Journal of the Association for Consumer Research. – 2020. – Vol. 5, № 2. – P. 130–136.
5. Чибикина, Т. В. SEO как инструмент маркетинговых коммуникаций для продвижения сообщества «ВКонтакте» / Т. В. Чибикина // Маркетинг и маркетинговые исследования. – 2019. – № 3 (137). – С. 224–238.
6. Анисимова, Т. В. Специфика PR-жанров в интернете / Т. В. Анисимова // Вестн. Волгогр. гос. ун-та. Сер. 2, Языкознание. – 2015. – № 4 (28). – С. 129–137.

Поступила в редакцию 01.05.2022

РОМАНСКОЕ И ГЕРМАНСКОЕ ЯЗЫКОЗНАНИЕ

УДК 811.111'276.6'42

Казими́рова Ольга Владимировна

кандидат филологических наук, доцент,
доцент кафедры германской филологии
Витебский государственный университет
имени П. М. Машерова
г. Витебск, Беларусь

Olga Kazimirova

PhD in Philology, Associate Professor,
Associate Professor of the Department
of Germanic Philology
Vitebsk State University named after P. M. Masherov
Vitebsk, Belarus
okazimirova@mail.ru

ДИСКУРСИВНО-СОДЕРЖАТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ
КОМПОНЕНТА «ПОЗИЦИЯ» В АНГЛОЯЗЫЧНОЙ КОЛУМНИСТИКЕDISCURSIVE AND INFORMATIVE ANALYSIS
OF THE COMPONENT 'POSITION'
IN ENGLISH-LANGUAGE COLUMNISTICS

В статье отражены результаты дискурсивно-содержательного анализа компонента «позиция», репрезентированного в современной англоязычной колумнистике. В частности, установлены ключевые «позиции» субъекта речи, обусловленные прагматическими и социально-личностными факторами: мнение, образный ориентир, авторские приемы и роль. Особое внимание уделяется параметру «роль», характеристики которого генерируют определенный тип текста и его специфику.

Ключевые слова: колумнистика; субъект речи; медиатекст; мнение; образный ориентир; авторские приемы; роль.

The article focuses on studying discursive and informative characteristics of the component 'position' in modern English-language columnistics, determined by pragmatic, social and personal factors: opinion, figurative reference, author's techniques and role. Special attention is paid to the parameter 'role', the characteristics of which generate a certain type of text and its specificity.

Key words: columnistics; subject of the speech act; media text; opinion; figurative reference; author's techniques; role.

На сегодняшний день языковая личность как субъект познания и деятельности в отношении «человек – мир» входит в число приоритетных направлений изучения семантической и дискурсивно-прагматической организации текста. Вследствие этого вершину иерархии семантико-прагматических компонентов содержания текста составляет собственно концепция мира субъекта речи (адресанта, говорящего). Данный факт обусловлен тем, что любое произведение представляет собой субъективный образ воссоздания действительности, в чем и заключается, по мнению Л. Г. Бабенко, «парадоксальный секрет» текста: отображая реальность, адресант обнаруживает себя, и, наоборот, формулируя свою точку зрения, он отображает мир и себя

в мире [1, с. 97]. Соответственно, обозначенное выше направление предопределяет и организацию текста, связанную с эгоцентрической позицией субъекта речи в его семантико-прагматическом пространстве.

Следует отметить, что современный подход к проблеме субъектности, предполагающий соотнесенность мировосприятия, мироощущения, отношения говорящего к действительности с языком, как одной из форм этой действительности, расширяет границы лингвистики и вовлекает ее не только в сферу деятельности других наук – социологии, психологии, эстетики, но и в сферу общественной практики индивидуумов. Особенно ярко прикладной характер современных лингвистических исследований текста проявляется в такой значимой области человеческой деятельности, как медиалингвистика. Поэтому актуальность исследования субъекта речи, его авторской позиции в немалой мере определяется тем, что значение данной категории связано с воздействующей силой языка и ее манипулятивными возможностями, реализуемыми в текстовом пространстве [2; 3; 4; 5]. Таким образом, субъект речи превращается в центральную категорию медиалингвистики, что позволяет рассматривать ее анализ как один из ключевых параметров лингвопрагматического исследования текста.

Цель работы заключается в выявлении характеристик структурного компонента «позиция» субъекта речи, представленного в англоязычной сетевой колумнистике, которая объединяет такие типы текста, как комментарий, колонка, эссе-мнение. По нашим наблюдениям, подобные тексты функционируют в специальных рубриках с типичными названиями *Opinion*, *Columns*, *Experts*, *Coffee House*, в которых эксплицирован особый характер авторского начала с целым рядом устойчивых черт.

Материалом исследования послужили 35 текстов социальной, экономической и культурной тематики, отобранных из цифровых англоязычных журналов «Time», «The Newsweek», «The New Yorker», «The New Statesman», «The Spectator» за 2022 год. Основанием для отбора текстов послужила функциональная целостность воздействующей и аргументационно-оценочной составляющих, базирующихся на целевой коммуникативной установке говорящего.

Необходимо особо подчеркнуть, что существующие исследования о субъекте речи (см. работы М. М. Бахтина, В. В. Виноградова, Л. М. Майдановой, И. А. Стернина, М. Ю. Горохова, Н. С. Валгиной, Л. Г. Бабенко и др.) носят преимущественно моноструктурный характер, не выделяющий общие и частные признаки. Фигура адресанта – явление сложное, определяемое многими факторами (личными особенностями, глубиной внутреннего мира, степенью образованности и др.), и в рамках медиалингвистики он предстает как *текстотипологический* ресурс колумнистики.

В целом, в медиакommunikации позиция субъекта речи предопределяется индивидуальными особенностями, различными сторонами говорящего, которые могут быть представлены в виде личностных характеристик.

С учетом особенностей проанализированных типов текста (комментария, колонки, эссе-мнения) предлагаются четыре ключевых параметра: **мнение, образный ориентир, авторские приемы, роль**. Рассмотрим указанные составляющие более подробно.

Наличие собственного **мнения** по каждому вопросу традиционно считается обязательной чертой публициста. Мнение выступает как характеристика субъекта, т.е. как разновидность личной точки зрения человека, поскольку вторая вариация мнения – «состояние массового сознания». В настоящее время отмечается возрастание ценности мнения, объясняемое ростом динамичности жизнедеятельности человека и необходимостью в связи с этим быстрой оценочной реакции адресанта.

Проведенный анализ демонстрирует, что параметр *мнение*, эксплицируясь в текстах разных типов, находит воплощение в проблемности, которая заключается в прогностическом анализе развития процесса: *The cost of living crisis has begun to bite and millions are starting to suffer* (The Spectator, 31.03.2022); предметности, ориентированной на выделение из общих сведений конкретных вопросов: *Inflation. Energy spikes. Tax hikes. Low growth. It's a tough time for hard-pressed Britons at present. The cost-of-living crisis has begun to bite and millions are starting to suffer* (The Spectator, 31.03.2022); обоснованности, которая реализуется в использовании экспертных оценок: *That's precisely the sort of trend we need to watch right now, when the Office for Budget Responsibility tells us to expect UK growth at 3.8 per cent this year and 1.8 per cent next year...* (The Spectator, 02.04.2022); системности, нацеленной на выявление причинно-следственной связи: *Centralized power plants that run on fossil fuels produce an inexorable stream of electricity < ... > That centralized approach creates a lot of wasted electricity, because it's difficult to match electricity supply being produced at power plants with demand in homes and businesses* (Time, 30.03.2022).

В современном медиадискурсе мнение следует рассматривать как сложный по своей структуре феномен, который включает следующую схему: «я» – «высказывание» – «отношение». В вышеуказанной схеме «я» выступает как элементарное выражение собственно субъекта. Два других компонента структуры представлены многозначными понятиями. Подчеркнем, что некоторые слова несут в себе печать специфического осмысления и оказываются инструментом воздействия на массового адресата, в связи с этим рассматриваются факторы, характеризующие понятия *отношение* – направленность, тональность и *высказывание* – охват, затрагивающий общее состояние дел, или конкретный вопрос, в том числе касающийся конкретного явления. Данные факторы представляют собой *бинарные дифференциальные* и *терциальные* признаки.

Так, **направленность** может быть репрезентирована бинарным дифференциальным признаком, характеризующим позитивность (*The future of smart homes is bright and low-power, long-range, cost-effective IoT-powered devices are bringing us closer to this reality* (Newsweek, 14.01.2022)) /

негативность высказанного мнения (*5G continues to generate a lot of smart home buzz, but the reality is it's not ideal for many applications and we're still a way off from it being commonplace in the house* (Newsweek, 14.01.2022)).

Тональность возможно представить терциальным дифференциальным признаком, характеризующим восклицательность (*But if you ever get a hankering for a classic New York-style pizza slice that happens to coincide with the one day per year when traffic isn't bad, you'll be shocked at how fast and easy the drive is!* (The New Yorker, 24.03.2022)) / вопросительность (*Who Says Democrats are Soft on Crime?* (Newsweek, 24.03.2022)) / отсутствие эмоциональной окраски у высказанного мнения (*One of the takeaways for the healthcare field from the pandemic is simple: community health depends on collaboration, innovation and expansion* (Newsweek, 26.03.2022)).

Охват может быть репрезентирован бинарными дифференциальными признаками общего характера: *The good news is that there are more trees in the current world than at any time in the last 100 years* (The New Statesman, 27.03.2022); либо конкретными вопросами: *But Britain remains one of the least wooded places in Europe, and while new trees are being planted, ancient woodland continues to be lost* (The New Statesman, 27.03.2022).

Анализ материала свидетельствует о том, что необходимо учитывать такой бинарный дифференциальный признак, как персонифицированность, репрезентирующий форму выражения «я» адресанта в явной или скрытой форме. Так, в колумнистике отчетливая экспликация собственного субъекта, «я» адресанта, реализуется в разнообразных формах. Например, в следующем отрывке говорящий высказывает мнение в неявной форме, где фактически знак, авторское «я», отсутствует: *All the while, we've ignored the far more important conversation: Is there an office that working moms would actually be excited to return to?* (Time, 31.03.2022). В данном случае личное местоимение *we* создает базу для определенных «психоречевых манипуляций» [6, с. 219]. Адресант употребляет личное местоимение *we* для того, чтобы сблизиться с адресатом, создать атмосферу доверительности, показать, что его беспокоят те же вопросы, что и адресата. Посредством риторического вопроса (*Is there an office that working moms would actually be excited to return to?*) автор в имплицитной форме побуждает читателя обратить внимание на существующую проблему организации рабочего места с учетом потребностей женщин, воспитывающих малолетних детей; наречия-интенсификаторы *far more* усиливают смысловой и эмоциональный оттенок высказывания.

У автора следующего фрагмента «я» адресанта носит буквальный характер в представленном фрагменте: *So from my perspective, I think every country has a different perspective. That's why I was for Brexit. Each country should be able to represent its own perspective on the world stage* (The Spectator, 28.01.2022). В данном примере местоимение *I* 1-го л. ед. ч., стоящее после вводной конструкции *from my perspective*, служит средством объективной идентификации говорящего. Прагматический аспект заключается в исполь-

зовании личного местоимения *I* в сочетании с глаголом мнения *think* и модальной конструкцией *should be able to* с целью навязать свою точку зрения и оценку ситуации.

Приведем еще один пример, в котором говорящий, высказывая мнение в явной форме, не использует знак авторского «я»: *This, of course, is a complete flip to what many Scots have been highlighting in the past few months <...> But this flip-flopping of the argument does show a deep-rooted problem* (The Spectator, 31.03.2022). В результате «я» адресанта, выражаемое через мнение, не описывается одной знаковой формой, а выходит за ее пределы.

В конечном итоге характеристика структурного компонента «позиция» – *мнение* – определяется рядом бинарных и терциальных дифференциальных признаков, таких как направленность, тональность, персонифицированность, а также охват. Их соотношение в тексте детерминировано стратегическими задачами колумнистики – привлечь внимание адресата к определенной проблеме посредством авторской интонации общения с читателем, формы и особой организации материала. Анализ практического материала показывает, что доминирующими признаками структурного компонента «позиция» являются персонифицированность, тональность и направленность, поскольку автор как субъект высказывания не просто сообщает информацию, а эксплицирует собственные размышления, анализ явлений, оценку происходящего. При этом охват и персонифицированность могут быть отнесены к факультативным признакам компонента «позиция» ввиду того, что, к примеру, в колонке нередко отсутствует контекст, что позволяет реципиенту включаться в процесс постижения материала без обладания контекстными (дополнительными) знаниями, а адресант, выбирая уместную модель повествования, зачастую предпочитает скрытую, неявную форму выражения собственного «я».

Следующая характеристика авторской позиции представлена **образным ориентиром**, отражающим авторскую индивидуальность чувственного воссоздания действительности, зафиксированную в тексте: *It is painful to realize that my school is twisting my arm with the threat of visa cancellation while claiming that I am not forced to do anything* (Newsweek, 31.03.2022). В данном случае вводная конструкция *It is painful* служит для выражения отношения говорящего к высказываемой мысли, указывая при этом на эмоции и чувства автора. Напрямую обращаясь к адресату, адресант посредством образного фразеологизма *twist one's arm* (в значении 'заставить кого-л. сделать что-л., ставить перед необходимостью'), а также словосочетания *with the threat of*, обладающего отрицательной коннотацией, делиться своими эмоциональными переживаниями, негативными эмоциями по поводу угрозы аннулирования визы.

Следует отметить, что параметр *образный ориентир* связан с образностью, которая характеризует собой тип художественного отражения действительности в форме чувственных образов: *But when you dig a little deeper, a different truth emerges* (Newsweek, 02.04.2022). *She is always as beautiful, confusing, and monumental as the world* (The New Yorker,

16.01.2022). *This inconsistent illogical approach makes no sense* (Newsweek, 01.04.2022). Особый эмоциональный «климат» здесь связан со способностью ненавязчиво выработать в сознании адресата необходимое впечатление относительно описываемых событий.

При выборе особенных признаков говорящего можно выделить знаковые «показатели» текста, репрезентируемые в тексте в виде **авторских приемов**, с помощью которых воссоздается отображаемая действительность:

– *Who will defend the rights of women, if we have judges who can't even define them?* (Newsweek, 29.03.2022). Так, сопричастность говорящего к происходящему событию обуславливает реализацию риторического вопроса *Who will defend the rights of women, if we have judges who can't even define them?*, способствующего эффективной организации диалогизации сообщения;

– *The pandemic has shined a light on many areas in which schools can and should do better* (Newsweek, 23.03.2022). Здесь фразеологизм *to shine a light* (в значении 'делать понятным, разъяснять что-либо') служит для усиления эмоциональности высказывания в пределах небольшого контекста;

– *The royal family has long been seen as fair game; it's as if they are a soap opera, not real people trying to make the best of the role in which they have been put* (Newsweek, 11.06.2022). Данный отрывок отличается разнообразием языковых средств, в полной мере раскрывающих авторскую оценку объекта комментирования: метафора *to be seen as fair game* ('играть по-честному') усиливает коммуникативную значимость высказывания и раскрывает его ключевую мысль; стилистический прием сравнения, основанный на метонимии *as if they are a soap opera*, способствует созданию эмоциональной окраски высказывания, где в скрытой форме эксплицируется ироническая авторская оценка.

Наиболее емким параметром позиции субъекта речи является характеристика, представленная в модели понятием **роль**. В социально-психологическом аспекте роль рассматривается как гражданская функция личности, которая определяется ее общественным положением [7, с. 16]. На характер исполнения роли личностью влияет занимаемая ею жизненная позиция, т.е. роль предстает как функция жизненной позиции. С одной стороны, выступление в той или иной роли – комментатора, исследователя, манипулятора и т.д. входит в повседневную практику публициста и становится методом его работы. Обратимся к следующему фрагменту: *The private motor car is, of course, an environmental vandal which needs to be driven out of our towns and cities for the good of the planet and for the benefit of residents who are being KILLED by traffic fumes* (The Spectator, 30.03.2022). В этом случае говорящий, с одной стороны, выступает в роли критика (*the private motor car is an environmental vandal*), оценивает события окружающей действительности (*residents who are being KILLED by traffic fumes*), с другой – имплицитно побуждает к отказу от автомобиля на какой-либо период времени во благо здоровья людей и экологии (*which needs to be driven out of our towns and cities for the good of the planet*).

В то же время развитие научно-технических и инновационных технологий приводит не только к возрастанию материалов на научные темы, но и требует новых подходов, методов создания текста. В связи с этим субъект речи нередко выступает в роли «публициста-исследователя»: *The U.S. drug crisis has never been worse. Last year, the U.S. passed another grim milestone, with a record 108,000 Americans dying from overdose deaths and many more suffering from addiction. Despite an unprecedented amount of money and attention, I dare say, the death toll from drug overdoses continues to rise at an alarming rate* (Newsweek, 13.06.2022). Данный фрагмент, построенный на причинно-следственных связях, содержит вводное слово *I dare say*, а также цифровые данные (*108,000 Americans*), обуславливающие развитие критического мышления автора и обоснованность его речи.

Рассматриваемые роли, включающие информационную и практическую составляющие, являются сложившимися в общественной практике и обладают определенными качествами: эмоциональностью или аналитичностью, выразительностью или размеренностью, определенным складом, образом мышления, типом творческой индивидуальности [8].

В результате коммуникативная роль субъекта речи в колумнистике определяется многозначно, наблюдается ее трансформация, которая обусловлена, с одной стороны – актуальными вопросами современного общества, с другой – собственным, авторским выбором и интересом. Это и автор-выразитель мнения (в этой функции чаще выступают колумнисты), и автор-исследователь, который обозначает проблему, исследует ее и делает определенные выводы, и автор-критик, который анализирует, дает оценку происходящему и т.д. Тем не менее на протяжении одного медиатекста характер адресанта может видоизменяться в зависимости от коммуникативной установки говорящего и цели сообщения.

Таким образом, в рамках антропоцентрического принципа современной лингвистики неперенным условием для полного и адекватного изучения функций и сегментации медиатекста, выявления компонентов его содержательной структуры, анализа субъективного использования ресурсов языка становится интерпретация текста и его типов с позиции языковой личности адресанта. Результаты проведенного исследования позволяют заключить, что индивидуалистичная позиция субъекта речи в его семантико-прагматическом пространстве усложняет и обогащает формат современной колумнистики, которая зачастую не ограничивает говорящего в плане самовыражения. Свободный выбор автором-колумнистом репертуара языковых средств для наилучшего выражения собственных мыслей или чувств, его коммуникативная роль как фактор, детерминирующий определенный речевой репертуар и, наконец, авторская трансформация – это, безусловно, наиболее значимые составляющие компонента «позиция» как ключевого атрибута колумнистики.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Бабенко, Л. Г.* Филологический анализ текста : основы теории, принципы и аспекты анализа / Л. Г. Бабенко. – М. : Академ. проект ; Екатеринбург : Деловая книга, 2004. – 464 с.
2. *Винокур, Т. Г.* Говорящий и слушающий : варианты речевого поведения / Т. Г. Винокур. – М. : ЛКИ, 2007. – 176 с.
3. *Стернин, И. А.* Основы речевого воздействия : учеб. издание / И. А. Стернин. – Воронеж : «Истоки», 2012. – 178 с.
4. *Копытов, О. Н.* Модус на пространстве текста / О. Н. Копытов. – Хабаровск : Хабар. гос. ин-т искусств и культуры, 2012. – 248 с.
5. *Карпилович, Т. П.* Коммуникативные категории научного дискурса / Т. П. Карпилович. – Минск : МГЛУ, 2018. – 160 с.
6. *Норман, Б. Ю.* Русское местоимение мы : внутренняя драматургия / Б. Ю. Норман // Russian Linguistics. – 2002. – Vol. 26, № 2. – С. 217–234.
7. *Поликарпов, В. А.* Психология личности [Электронный ресурс] : курс лекций / В. А. Поликарпов, О. Г. Ксенда. – Минск : БГУ, 2015. – 161 с.
8. *Казиминова, О. В.* Коммуникативные аспекты медийного дискурса / О. В. Казиминова. – Витебск : ВГУ им. П. М. Машерова, 2018. – 188 с.

Поступила в редакцию 06.04.2022

Романкевич Марина Николаевна

кандидат филологических наук, доцент,
доцент кафедры лексикологии
французского языка
Минский государственный лингвистический
университет
г. Минск, Беларусь

Maryna N. Romankevich

PhD in Philology, Associate Professor,
Associate Professor of the Department
of French Lexicology
Minsk State Linguistic University
Minsk, Belarus
romankevich_marina@mail.ru

БАСЕННАЯ ПРЕЦЕДЕНТНОСТЬ В СОЦИАЛЬНОЙ ФРАНКОЯЗЫЧНОЙ РЕКЛАМЕ

FABLE PRECEDENCE IN FRENCH SOCIAL ADVERTISING

В статье рассматривается представление ценностных установок общества, осуществляемое посредством басенных образов и сюжетов во франкоязычной социальной (некоммерческой) рекламе. Популяризация социально приемлемого поведения в общественном транспорте достигается благодаря сравнению некорректного поведения человека с повадками животных. Анализируемая коммуникативная тактика, привлекая внимание к актуальным проблемам поведенческого характера, является эффективным средством воздействия на социум и одновременно ориентирует на необходимость решения социальных проблем.

К л ю ч е в ы е с л о в а : прецедентный текст; басня; социальная реклама; модели поведения; стереотип; зооним.

The article is devoted to the study of representation of social values through fable images and plots in French social (non-commercial) advertising. The popularization of socially acceptable behavior in public transport is achieved by comparing incorrect human behavior with animal habits. This communicative tactics is an effective means of social impact. It draws attention to current behavioral issues and, at the same time, focuses on the need to solve social problems.

К e y w o r d s : precedent text; fable; social advertising; behavior patterns; stereotype; зооним.

Используемая в разных сферах деятельности реклама приобретает в них специфические черты. Социальная реклама как одна из разновидностей рекламы прибегает к тем же средствам, что и коммерческая, но отличается направленностью на изменение стереотипов поведения, не одобряемых обществом, или транслирует поощряемые социумом модели поведения.

Во французской культуре ценности идей солидарности и инклюзивного общества, партнерства в отношениях и взаимответственности институционально обосновываются уже на протяжении нескольких веков, претерпевая некоторые изменения: «la solidarité est devenue un mot passe-partout pour décliner des formes d'activités sociales alternatives au ronronnement administratif et capitaliste actuel» 'солидарность стала универсальным словом для развития альтернативных форм социальной активности в нынешнем административном и капиталистическом контексте' [1, p. 402]. Обсуждаемые понятия

внедряются и развиваются в том числе и в социальной рекламе, цель которой глубоко отлична от целей коммерческой рекламы, «продающей» товары и услуги: социальная реклама показывает социальные проблемы и популяризирует определенные стереотипы поведения. Специфику рассматриваемого феномена хорошо раскрывает определение М. И. Пискуновой: «Я понимаю социальную рекламу как форму общественной рефлексии, как осознание гражданской ответственности, как показатель мужества и честности не только осознать социальные проблемы, но и призывать к решению, используя один из самых современных каналов коммуникации, – рекламный» [2, с. 174]. Как мы видим, употребляемый лингвистом термин *рефлексия*, понимаемая как свойство человека осознавать и регулировать свою жизнедеятельность, отражает назначение социальной рекламы. Иными словами, актуальность объекта исследования – социальная франкоязычная реклама – неоспорима, поскольку значимость социальной рекламы в процессе регулирования общественного поведения довольно велика, особенно в мультикультурном обществе. Предмет же исследования избран, исходя из желания ответить на вопрос о том, при помощи какой коммуникативной тактики можно эффективно изменять мировоззрение реципиента и вызвать его социальную активность, в конечном итоге – представить существующие социальные ценности.

Отмечаем, что рекламный текст, в частности – текст социальной рекламы, характеризуется интертекстуальностью и поликодовостью. Цитирование или перефразирование общеизвестных высказываний, использование символических образов приводит к мозаичной компиляции скрытых смыслов, ассоциаций и коннотаций за счет «говорящих» крылатых фраз и понятий, визуальных образов. Исходя из вышесказанного, совершенно очевидно, что реклама является речетворческим поликодовым продуктом, который апеллирует к когнитивной базе воспринимающего субъекта, понимаемой как «определенным образом структурированная совокупность знаний и национально маркированных и культурно детерминированных представлений, необходимо обязательных для представителей данного сообщества» [3, с. 11], в которую «вписываются» и сквозь которую воспринимаются и оцениваются все новые порождаемые тексты [4, с. 141].

Современная социальная реклама использует небанальные, нестереотипные приемы и способы представления существующих в обществе проблем. Среди креативных приемов, реализуемых в рекламном тексте и апеллирующих к фоновым знаниям, выделяем реактуализацию образов животных, в процессе которой происходит своеобразная ценностная адаптация текстов, рассматриваемых в качестве прецедентных [5, с. 262]. Таковыми для французской лингвокультуры стали басни Ж. де Лафонтена, отражающие сформированную «шкалу ценностных ориентаций лингвокультурного сообщества. На основании изучения этих текстов можно делать выводы о действиях, поступках, чертах характера и т. п., которые в данном сообществе поощряются/осуждаются» [6, с. 226].

Интерес маркетологов, дизайнеров и разработчиков к зооморфным образам вполне логичен и основан на многочисленных исследованиях, показывающих, что «зооморфные образы вызывают эмоциональный отклик в человеке, обращаются к глубинам его души, к подсознанию» [7, с. 225]. Эмоциональный аспект, с одной стороны, и богатство семантики – с другой, позволяют актуализировать разные значения и прагматические установки посредством одного и того же образа животного. Общеизвестно, что богатая палитра аккумулярованных культурных смыслов у образов животных формировалась на протяжении веков. Так, ценностные смыслы, которыми наделял животных человек, закрепились в образах, что создало своеобразный зооморфный код как систему «зооморфных представлений, образов, знаков и символов» [8, с. 12].

В глазах человека многие животные приобретают эталонные черты, т.е. становятся образцами определенного поведения, поскольку специфичные повадки создают достаточно яркий образ

в русском языке: *идти как черепаха, вести себя как слон в посудной лавке, бросаться как собака, молчать как рыба, сидеть как сыч, кривляться как обезьяна* и т.д.;

во французском языке: *s'entendre comme chien et chat* досл. ‘быть как собака и кот’ – ‘se chamailler sans cesse’ досл. ‘постоянно ссориться’; *manger comme un porc = manger comme un cochon* досл. ‘есть как поросенок / как свинья’ – ‘manger salement’ досл. ‘есть грязно’; *courir comme un lapin* досл. ‘бежать как кролик’ – ‘courir très vite’ досл. ‘бежать очень быстро’ и т.д.

Оценочная коннотация такого рода номинаций может быть как положительной (или же нейтральной) типа *петь как соловей, умный как сова, courageux comme un lion* досл. ‘смелый как лев’, так и отрицательной типа *кривляться как обезьяна, poltron comme un lièvre* досл. ‘трусливый как заяц’. В дискурсе коммерческой рекламы в основном используются положительно окрашенные образы, так как они создают благоприятный эмоциональный фон. В социальной же рекламе могут действовать зооморфные образы, несущие отрицательную коннотацию. Данный факт объясним тем, что последние становятся олицетворением некоего неприемлемого поведения по модели «не следует вести себя как + конкретное животное». Подобный прием используется во франкоязычной социальной рекламе, разработанной государственным оператором общественного транспорта Франции (Régie Autonome des Transports Parisiens – RATP) в 2011–2012 гг. и направленной на профилактику «некультурного» поведения в общественном транспорте. Данная рекламная кампания, имеющая официальное название «Restons civils sur toute la ligne» букв. ‘Будем культурными на всех линиях’, предполагает информирование пользователей общественного транспорта о моделях поведения, недопустимых в цивилизованном обществе. Разработчики отмечают значимость поднимаемой темы ввиду того, что неприемлемое поведение встречается повсюду. Отсюда цель данной кампании – ответить запросу 80 % жителей Иль-де-Франс, считающих, что государственный оператор

общественного транспорта Франции должен высказаться, проинформировать и поспособствовать осознанию социально приемлемого и неприемлемого поведения: «contribuer à la prise de conscience», «de répondre à la demande de 80% des habitants de l’Île de France qui pensent que la RATP doit s’exprimer à ce sujet <...> qui souffrent de ces incivilités» [9].

В данном случае авторы обратились к наиболее «говорящим» образам животных, имеющим сходные ассоциации во французской, английской, русской и других лингвокультурах. Изображение животного, будучи визуальным знаком, является насыщенным информационно и эмоционально; для него нет языковых барьеров, и он «читается» практически всегда адекватно. Образ животного становится способом утрирования и выделения определенного неприемлемого поведения и, как следствие, претендует на роль носителя идеологии и формирования моделей поведения от противного.

В представленных в статье примерах «звероподобные» существа визуально демонстрируют механизм зооморфной метафоры, когда характеристики человека репрезентируются через уподобление его облика, особенностей поведения, черт характера образу животного [10, с. 7]. С психологической и философской точек зрения в такой визуализации отражен дуализм «звериного» и «человеческого». Так, К. Г. Юнг отмечал «постоянные колебания между “очеловечиванием” животных и “оприродниванием” человека», а отсюда – появление образа «природного, звериного, проступающего из-под человеческой личины <...> чтобы вторгнуться в столь уязвимый человеческий мир» (цит. по [8, с. 14]). В этом аспекте «звероподобные» человеческие существа ассоциативно указывают на нецивилизованное, «звериное» поведение, демонстрирующее пренебрежение к общественным нормам и правилам, в связи с чем исследователи отмечают частоту «использования зооморфной образности для описания <...> характеристики человека в ситуации агрессии, убийства, бешенства» и т.д. [8].

Обратимся к одному из рекламных плакатов, на котором изображена влюбленная парочка в образе голубей [9]: сама картинка обеспечивает достаточную прозрачность возникающих ассоциаций. Обращение к образу «воркующих» голубей понятно носителям упомянутых лингвокультур. Вначале воспринимается изображение, а текст (слоган) помогает конкретизировать верный уровень восприятия. Пара голубей ассоциируется с влюбленной парой, которые «воркуют». Так, глагол *roucouler* используется по отношению к голубям (1. «En parlant des tourterelles et des pigeons, émettre un chant tendre et monotone» ‘говоря о горлицах и голубях, спеть нежную и однообразную песню’) и в переносном значении по отношению к людям (2. «Tenir des propos tendres et langoureux» ‘говорить ласковые и томные слова’) [11]. В русском языке имеет место устойчивое выражение *воркует, как голубок* (В. И. Даль. Пословицы русского народа) и метафорическое значение зоонима типа *голубки* ‘неразлучные влюбленные’ [12]. Исходя из визуального образа, можем предположить, что порицается прилюдная

демонстрация любовных отношений, однако «подсказываемое» образом значение приобретает дополнительные смыслы в контексте слогана – *qui roucoule au milieu du passage crée forcément embouteillage* ‘воркование в середине перехода обязательно создает пробку’ [9].

Использование устойчивых образов и стереотипов в рекламном дискурсе позволяет реактуализировать закрепленное значение или переосмыслить существующий образ. Отмечаем, что видеоряд не только иллюстрирует содержание вербальной части, но и вызывает дополнительные коннотации. Таким образом, социальная реклама является особым видом коммуникации, близкой к басенной, содержащей назидание, нравоучение, но поданное в аллегорической форме. Точно так же социальная реклама в иносказательной форме способствует формированию определенных моделей поведения. Видеоряд помогает извлечь из подсознания необходимые смыслы, информацию и расшифровать их в соответствии с контекстом и культурной традицией данного общества. Функционирование зооморфных образов в рекламном дискурсе позволяет углубить накопленные в культурной памяти образные представления.

На другом рекламном плакате фигурирует образ свиньи/кабана (*le cochon/le porc/le sanglier*) [9]. В переносном метафорическом значении *le cochon* обозначает человека, обладающего отрицательными качествами: «*Qui est malpropre, sale, dégoûtant, grossier (souvent terme d'injure)*» ‘Тот, кто неопрятен, грязен, отвратителен, груб (как оскорбление)’ [11] или «*Chose très mauvaise*» букв. ‘Что-то очень плохое’ [11]. Кроме этого, во французском языке есть устойчивые выражения, обладающие отрицательной коннотацией, типа *jouer un sale tour, un tour de cochon à quelqu'un* букв. ‘совершить подлость/ подложить свинью’ – «*commettre une action qui lui est préjudiciable*» ‘совершить действие, которое причиняет им вред’ [11]. Среди ассоциаций встречаются лексемы типа *sale* ‘грязный’, *salir* ‘пачкать’ [13], что подтверждает жизненность данного переносного значения языковой единицы *le cochon*. Слоган в данной рекламе имеет форму назидания, как в басне – *Qui salit siège à l'aller risque au retour de se tacher* букв. ‘Кто пачкает кресло в начале пути, на обратном пути сам может вымазаться’ [9].

На одном из плакатов модель порицаемого социального поведения представлена посредством визуализации образа осла (*l'âne*). Традиционно осел ассоциируется с упрямством и глупостью, что закреплено в устойчивых выражениях и метафорических номинациях французского языка: *têtu comme un âne* ‘упрямый как осел’, *bête comme un âne* ‘глупый как осел’, *un âne* ‘осел’.

Известным носителем отрицательного качества, приписываемого ему во французской лингвокультуре, является ленивец (*le paresseux*): с данным животным ассоциируется медлительное перемещение, которое обусловлено его природными характеристиками – «*mammifère xénarthe (bradypodidé) arboricole, aux mouvements lents*». Это природное свойство переосмысли-

вается и в ассоциативном сравнении понимается как лень [9]. Вербальная часть подчеркивает негативное отношение, проявляемое к медлительным людям в часы пик.

В рекламной кампании задействованы также образы животных, ассоциативный фон которых не такой цельный и конкретизированный. В частности, на одном из рекламных плакатов актуализируется такое явное свойство лягушки (*la grenouille*), как умение прыгать [9]. Вместе с тем данное животное не является эталонным носителем определенного поведения. В дефиниции зоонима *la grenouille* есть указание на способность прыгать и плавать – «*caractérisé par son aptitude au saut et à la nage*». Глагол *grenouiller*, образованный от зоонима *la grenouille*, имеет переносное значение ‘*intriguer plus ou moins malhonnêtement auprès des uns et des autres*’ (‘плести интриги более или менее нечестно против других’). Можно предположить, что в речетворческом процессе указанные два смысла переплелись: перепрыгивать барьер и не платить за проезд (←быть нечестным, вести себя нечестно). В пользу данной интерпретации говорит и вербальная часть – *qui saute par-dessus tourniquet peut tomber sur un contrôle à quai* ‘кто перепрыгивает через турникет, может быть оштрафован контролером на перроне’ [9]. Следует отметить рифмованный характер вербальной части и ее подобие басенным строфам как по форме, так и по смысловому наполнению. Басенная структура актуальна для социальной рекламы и известна всем представителям национально-лингвокультурного сообщества.

Таким образом, в данном случае можно говорить о том, что в текстах социальной рекламы прецедентность фигурирует в вербальном и визуальном компонентах.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Blais, M.-Cl.* La Solidarité. Histoire d’une idée [Electronic resource] / M.-Cl. Blais. – Paris, Gallimard, coll. Bibliothèque des idées, 2007. – 347 p. – Mode of access : <https://journals.openedition.org/questionsdecommunication/1928>. – Date of access : 19.01.2022.
2. *Пискунова, М. И.* Социальная реклама как феномен общественной рефлексии / М. И. Пискунова // Паблик рилейшнз и реклама в системе коммуникаций. – М., 2004. – С. 171–194.
3. Русское культурное пространство: Лингвокультурологический словарь / И. С. Брилева [и др.]. – М. : Гнозис, 2004. – Вып. 1. – 318 с.
4. *Красных, В. В.* «Свой» среди «чужих»: миф или реальность? / В. В. Красных. – М. : ИТДК «Гнозис», 2003. – 375 с.
5. *Привалова, И. В.* Интеркультура и вербальный знак (лингвокогнитивные основы межкультурной коммуникации) / И. В. Привалова. – М. : Гнозис, 2005. – 472 с.

6. Гудков, Д. Б. Теория и практика межкультурной коммуникации / Д. Б. Гудков. – М. : Гнозис, 2003. – 288 с.
7. Храмова, М. Н. Зверь как бренд. Зооморфные образы в сфере рекламы / М. Н. Храмова // Вестн. Ленингр. гос. ун-та им. А. С. Пушкина. – 2012. – С. 224–231.
8. Храмова, М. Н. Специфика образных представлений о животном мире / М. Н. Храмова // Вестн. СПбГУКИ. – 2014. – № 1(18). – С. 12–17.
9. Restons civils sur toute la ligne [Electronic resource]. – Mode of access : <http://tbtc.fr/ratp-restons-civils-sur-toute-la-ligne>. – Date of access : 19.01.2022.
10. Баранов, Г. С. Философия метафоры / Г. С. Баранов ; Рос. гос. торгово-экон. ун-т, Кемер. ин-т (фил.). – Кемерово : Кузбассвузиздат, 2005. – 471 с.
11. Larousse : dictionnaires français monolingue [Electronic resource]. – Mode of access : <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais>. – Date of access : 19.01.2022.
12. Ефремова, Т. Ф. Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный [Электронный ресурс] / Т. Ф. Ефремова. – М. : Рус. яз., 2000. – Режим доступа : <https://www.efremova.info/>. – Дата доступа : 19.01.2022.
13. Associations avec le mot «Cochon» [Electronic resource]. – Mode of access : <https://wordassociations.net/fr/associations-avec-le-mot/Cochon?start=200>. – Date of access : 19.01.2022.

Поступила в редакцию 18.04.2022

Пантелеенко Олеся Александровна
кандидат филологических наук, доцент,
зав. кафедрой романского языкознания
Белорусский государственный университет
г. Минск, Беларусь

Alessia Panteleenko
PhD in Philology, Associate Professor,
Head of the Department of Romance
Linguistics,
Belarusian State University,
Minsk, Belarus
alessia@list.ru

ТЕМАТИЧЕСКОЕ И ЯЗЫКОВОЕ РАЗНООБРАЗИЕ ЭРГОНИМОВ
ИТАЛЬЯНСКОЙ ОБЛАСТИ ВАЛЛЕ Д'АОСТА

(на материале наименований отелей)

THEMATIC AND LINGUISTIC DIVERSITY OF ERGONOMICS
IN THE VALLE D'AOSTA REGION OF ITALY

(Based on Hotel Names)

В данной статье представлена попытка изучить способы образования названий отелей итальянской области Валле д'Аоста. В начале исследования осуществляется обзор факторов, которые повлияли на языковую ситуацию в регионе. Затем проводится систематизация материала исследования на основе языкового признака и анализируется тематическая вариативность эргонимов. Исследование позволяет сделать выводы о роли французского, итальянского и английского языков в образовании языкового пространства вальдостанского региона.

К л ю ч е в ы е с л о в а: французский язык; итальянский язык; английский язык; билингвизм; мотивационный признак.

This article presents an attempt to study the ways of forming the names of hotels in the Italian region of Val d'Aosta. At the beginning of the study, a review of the factors that influenced the language situation in the region is carried out. Then the research material is systematized on the basis of a linguistic attribute and the thematic variability of ergonyms is analyzed. The study allows us to draw conclusions about the role of French, Italian and English in the formation of the language space of the region of Val d'Aosta.

Key words: French language; Italian language; English language; bilingualism; motivational attribute.

В последние десятилетия развитие антропоцентрической парадигмы в лингвистике находится в неразрывной связи с интересом филологов к проблеме взаимодействия языка и культуры (В. Гумбольдт, Э. Сепир, Б. ли Уорф, Ф. Боас.). Ученые, разрабатывающие эту тематику, заложили основы изучения лингвистического объекта через понятия языковой картины мира и коммуникативного пространства и аргументировали появление лингвокультурологии. В рамках данного научного течения активно исследуется языковой ландшафт городской среды, его зависимость от исторических, политических, демографических и географических факторов.

Исследования лингвистов в области коммуникативных составляющих городского пейзажа [1; 2; 3; 4; 5] доказывают, что городской текст позволяет создавать сложные ассоциативные связи с историей города, объединять исторические пласты с культурной традицией социума [6]. Кроме того, динамика развития языкового пространства любого города, региона обнаруживает, что изменение геополитической ситуации приводит к изменению привычек, традиций, ментальности человека, что, в свою очередь, влияет на выбор приоритетов при назывании городских объектов и формировании языка города. Таким образом, изменения в жизни социума влекут за собой трансформации в городском пространстве, а язык города хранит память об этих изменениях и является ключом к расшифровке идентичности, в частности региональной. Актуальность таких работ состоит в том, что имена собственные, будучи национально-специфическими языковыми и культурными знаками, способны отражать социальные процессы, происходящие в обществе, а также маркировать лингвистические предпочтения населения.

Вышесказанное позволяет говорить о важной роли исследований, целью которых является разноаспектное изучение *эргонимов*. Под эргонимом в работе понимается собственное имя делового объединения людей, в том числе союза, организации, учреждения, корпорации, предприятия, общества, заведения, кружка [7, с. 151]. Внимание к ономастическому пространству итальянской области Валле д'Аоста, расположенной на границе с Францией, объясняется уникальной социолингвистической ситуацией, которая исторически сформировалась на данной территории. Регион Валле д'Аоста имеет автономный статус с 26 февраля 1948 г., а в качестве официальных языков здесь на государственном уровне признаны итальянский и французский.

Активное распространение французского языка в области и его статус государственного наравне с итальянским связаны с географическим положением, а также историческим развитием данного региона.

Существуют источники, подтверждающие, что в XV веке обучение грамоте велось приходскими священниками на французском языке. Уже в это время французский становится официальным языком делопроизводства в долине Аоста на основе указа герцога Савойского Эмануила Филиберта. Этот статус сохранялся за французским языком вплоть до 1861, когда объединение королевств, разбросанных на территории Апеннинского полуострова в одно государство, делает актуальным внедрение единого языка для населения. Французский начинает сдавать свои позиции в начале Первой мировой войны, когда миграционные волны способствовали вымыванию коренного населения, владевшего французским языком. Усугубил ситуацию фашистский режим. В 1925 г. в Италии были упразднены языки меньшинств, к которым относился и французский. За период господствования фашизма начальная школа была полностью итальянизирована. В это время происходит и активная итальянизация топонимов Вальдостанского региона. Следует, однако, отметить, что вальдостанская интеллигенция, представители като-

лической церкви, местная знать постоянно ведут борьбу за восстановление в правах французского языка. Эта борьба принесла свои плоды, в 1948 г. Валле д'Аоста получает статус автономного региона и возвращает паритетность французского и итальянского языков на официальном уровне.

Изучая современную языковую ситуацию в Валле д'Аоста, лингвисты сходятся во мнении о постепенном отмирании французского языка в данном регионе и отмечают парадокс сложившейся языковой ситуации, заключающийся в том, что, имея статус официального языка наравне с итальянским, французский изучается только в школе, на нем не говорят в семьях. Исчезновение французского языка в регионе подтверждается фактами: теоретически обучению французскому языку уделено 50 % академического времени, однако фактически выполняется это лишь в начальной школе; должностные лица не обязаны знать французский язык; нет никакого официального предписания делать надписи, например, на плакатах, афишах, объявлениях и т.п., на обоих официальных языках [8, с. 90–91].

Интересно проследить, как эта региональная языковая ситуация отражается на выборе названий коммерческих предприятий, в частности отелей. Объектом исследования является одна из разновидностей эргонимических единиц – названия отелей, расположенных в регионе Валле д'Аоста. Материалом исследования послужил онлайн-сервис бронирования Booking.com. В поисковую строку было введено название «Валле д'Аоста». Система предложила около 1000 объектов размещения, относящихся к различным видам, среди них апартаменты, отели и т.п. Выборка формировалась с учетом фильтра «отель», что позволило отобрать 187 наименований отелей в качестве единиц для анализа.

Систематизация материала исследования по языковому признаку привела к выделению четырех групп: номинации, созданные с использованием итальянского, французского и английского языков, а также гибридные номинации.

Итальянскими, французскими и английскими мы считаем номинации как исконного, так и заимствованного характера, графически оформленные в соответствии с нормами соответствующего языка.

Например, в разряд итальянских входят такие эргонимы, как «*La Madonnina del Gran Paradiso*», «*Hotel Lo Scoiattolo*», «*Hotel Stella Del Nord*» и т.п.

В составе группы «французские» размещены эргонимы типа «*Petit Dahu*», «*Hotel Vallée Blanche*».

Группа «английские» представлена эргонимами на английском «*Grand Hotel Royal E Golf*», «*Aosta Hotel & Balcony SPA*».

В группу «гибридные» входят названия, в которых в различных комбинациях представлены итальянский, французский, английский, немецкий и шведский языки. Например, «*Hotel Residence Universo*», «*Residence Hotel Moderno*», «*Residence Felik*».

Количественный анализ показал, что наиболее многочисленной является группа франкоязычных эргонимов, она включает 102 единицы. Группа италоязычных представлена 44 названиями отелей, гибридные номинации встречаются в 20 примерах, группа англоязычных номинаций состоит из 21 примера. Наглядно данная информация представлена в таблице.

Количественная характеристика эргонимов региона Валле д'Аоста по языковому признаку

Языковая характеристика	Кол-во, единицы	Кол-во, %	Пример
Итальянские	44	23,5	« <i>La Madonnina del Gran Paradiso</i> », « <i>Hotel Miramonti</i> », « <i>Hotel Lo Scoiattolo</i> », « <i>Hotel Stella Del Nord</i> »
Французские	102	54,5	« <i>Petit Dahu</i> », « <i>Hotel Vallée Blanche</i> »
Английские	21	11,3	« <i>Grand Hotel Royal E Golf</i> », « <i>Aosta Hotel & Balcony SPA</i> »
Гибридные (фр, итал., англ., швед.)	20	10,7	« <i>Hotel Residence Universo</i> » (фр., итал.), « <i>Residence Hotel Moderno</i> » (фр., итал.), « <i>Residence Felik</i> » (фр., швед.)
Всего	187	100	

Таким образом, приходим к выводу о том, что, несмотря общепринятое учеными мнение об угасании роли французского языка в регионе, существуют области его функционирования, в которых французский язык не сдает свои позиции. Как выясняется, одна из них – это название отелей.

Следующий этап исследования связан с изучением тематической вариативности эргонимов. Для решения задач данного этапа была предпринята попытка систематизации материала с учетом мотивационных признаков, которые лежат в основе названия отелей. Следует отметить, что при возникновении трудностей классификации использовалась дополнительная информация вербального и невербального характера, обнаруженная на сайтах соответствующих отелей. Такой подход позволил выделить группы эргонимов, в основе которых лежат различные мотивационные признаки: номинации лиц, названия растений, животных, географические номинации и т.п. Рассмотрим подробнее эти группы.

Группа эргонимов, мотивированных номинациями лиц, включает несколько разрядов: имена собственные, род деятельности, социальный статус. Наименования отелей, созданные на основе антропонимов, пред-

ставлены в следующих примерах: «*Hotel Elena*», «*Locanda Rita*». Использование рода деятельности и социального статуса в названиях обнаруживается в таких эргонимах, как «*Hotel Tavernier*» (*tavernier* фр. ‘трактирщик’), «*Duca d’Aosta Hotel*» (*duca* итал. ‘князь, граф’).

Группа «фитонимы» выделена на основе эргонимов с мотивирующим признаком ‘названия растений’, например, «*Hotel Des Roses*» (*roses* фр. ‘розы’), «*Hotel Bouton d’Or*» (*bouton d’or* фр. ‘лютик’).

Группа «топонимы» с мотивирующим признаком ‘географические названия, сообщающие о месте расположения’ включает в себя различные лексемы, отсылающие к названию городов, гор, рек, озер и т. п. Так, топонимические названия создаются от оронимов – названий поднятых форм рельефа, например, «*Albergo Punta Zerbion*» (*Zerbion* – гора Зербион), «*Hotel Vallée Blanche*» (*Vallée Blanche* фр. ‘Белая долина’); полисонимов, собственного имени города, например, «*Hotel Roma*», «*Hotel Miravidi a Cervinia*»; макротопонимов, например, «*Hotel California*», «*Hotel Europa*».

Группа «зоонимы» представлена наименованиями, мотивированными названиями животных: например, «*Residence Le Marmotte*» (*le marmotte* итал. ‘сурки’), «*Hotel Lo Scoiattolo*» (*lo scoiattolo* итал. ‘белка’).

Группа «библейзмы» включает названия отелей с мотивирующим признаком ‘христианские ассоциации’, основанные на библейском контексте. Такие эргонимы обычно являются метафорическими и описывают различные качества или оценку места номинатором. Например, в основе названия «*Chalet Eden*» лежит метафорический перенос. Входящие в его структуру лексем *Chalet* ‘шале’ и *Eden* ‘Эдем’ привлекают внимание и призывают сравнить пребывание в отеле с состоянием вечной совершенной жизни, отсылая к одноименному саду, описанному в Библии.

Для выделения отдельной группы эргонимов послужил мотивирующий признак ‘стиль объекта размещения’: например, «*Hotel La Grange*» (*la grange* фр. ‘амбар’), «*Hotel Gran Baita*» (*la baita* итал. ‘хижина’). Такие названия основаны на метонимическом переносе, который связывает название с архитектурными особенностями зданий отелей, дизайном их комнат.

Было обнаружено незначительное количество эргонимов (менее 0,5 %), не включенных ни в одну группу. Например, «*Hotel Bijoux*» (*bijoux* фр. ‘украшение’), «*Hotel Joli*» (*joli* фр. ‘красивый’), «*Hotel Rendez-vous*» (*rendez-vous* фр. ‘встреча’). Причиной этого послужила их малочисленность и сложность установления мотивационного признака.

Следует отметить, что синтагматические эргонимы относятся к гибриднему типу со сложной мотивацией. Это связано с тем, что различные компоненты названий отелей могут иметь отличные мотивирующие признаки. Так во внутренней форме названий могут быть отражены одновременно а) топоним и вид дополнительных услуг, оказываемых в отеле («*Relais Mont Blanc Hotel & Spa*»); б) фитоним и вид дополнительных услуг, оказываемых в отеле («*Hotel Boton D’Or & Wellness*»); в) стиль объекта размещения

в сочетании с антропонимом и видом дополнительных услуг («*Chalet François Ski & Spa Rooms*»). Особенностью синтагматических эргонимов является принадлежность их компонентов к разным языкам.

Количественная обработка материала исследования показала, что среди названий отелей на французском и итальянском языках наиболее представленными являются эргонимы, образованные на основе топонимов и номинаций лиц. При этом не наблюдается взаимосвязи мотивационного признака и языкового. Функционирование английского языка ограничивается обозначением дополнительных услуг отеля (Spa, Ski, Wellness), вероятно, поэтому он работает в группе «стиль объекта размещения» и в синтагматических эргонимах.

Таким образом, проведенное исследование позволяет сделать следующие выводы.

Обнаруженное доминирование французского языка при систематизации материала по языковому признаку в некоторой степени противоречит утверждениям исследователей об угасании языка на территории Вальдостанского региона. Можно предположить, что в некоторых сферах жизнедеятельности вальдостанцев его использование является предпочтительнее итальянского. Например, в туристической сфере французский целесообразно использовать как инструмент международного общения, который эффективнее воздействует на туристов.

Анализ тематической вариативности эргонимов позволил определить в качестве мотивирующих признаков номинации лиц, топонимы, зоонимы, фитонимы, библеизмы, стиль объекта размещения. При этом английский язык появляется в названиях для обозначения дополнительных услуг отелей и чаще – в группе «стиль объекта размещения» и в синтагматических эргонимах. Что касается французского и итальянского языков, они служат для образования всех выделенных групп, среди которых наиболее частотными являются названия с мотивирующей основой «номинации лиц» и «топонимы».

ЛИТЕРАТУРА

1. Кубрякова, Е. С. Язык и знание. На пути получения знаний о языке. Части речи с когнитивной точки зрения. Роль языка в познании мира / Е. С. Кубрякова. – М. : Языки слав. культур, 2004. – 560 с.
2. Поплавская, Т. В. Поликультурная идентичность в контексте городского пейзажа [Электронный ресурс] / Т. В. Поплавская. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/polikulturnaya-identichnost-v-kontekste-gorodskogo-peyzazha>. – Дата доступа : 14.12.2021.
3. Тер-Минасова, С. Г. Язык и межкультурная коммуникация / С. Г. Тер-Минасова. – М. : Изд-во Моск. гос. ун-та им. М. В. Ломоносова, 2000. – 624 с.

4. *Backhaus, P.* Linguistic landscapes: A comparative study of urban multilingualism in Tokyo / P. Backhaus. – Clevedon : Multilingual Matters. 2007. – 158 p.
5. Linguistic landscape and language awareness by young children: A case study in Montreal / D. Dagenais [et al.] // Linguistic landscape: Expanding the scenery / E. Shohamy, D. Gorter (Eds.). – N. Y. : Routledge, 2009. – P. 253–269.
6. *Кузнецова, А. В.* Концепт города: код культуры и нарратив [Электронный ресурс] / А. В. Кузнецова, И. А. Петрулевич. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/kontsept-goroda-kod-kultury-i-narrativ>. – Дата доступа : 02.05.2022.
7. *Подольская, Н. В.* Словарь русской ономастической терминологии / Н. В. Подольская. – 2-е изд. – М. : Наука, 1988. – 170 с.
8. *Лиходкина, И. А.* Французский язык в Валле-д’Аоста: вчера и сегодня / [Электронный ресурс] / И. А. Лиходкина. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/frantsuzskiy-yazyk-v-valle-d-aosta-vchera-i-segodnya>. – Дата доступа : 14.12.2021.

Поступила в редакцию 18.05.2022

ИССЛЕДОВАНИЯ СЛАВЯНСКИХ ЯЗЫКОВ

УДК 811.161.3'367.635'37:821.161.3(092)Шамякін

Якушава Алена Мікалаеўна

кандыдат філалагічных навук,
навуковы супрацоўнік аддзела
лексікалогіі і лексікаграфіі
Цэнтр даследаванняў беларускай культуры,
мовы і літаратуры
Нацыянальнай акадэміі навук Беларусі
г. Мінск, Беларусь

Alena Yakushava

PhD in Philology, research staff member
of the Department of Lexicology
and Lexicography
Research Centre for the Belarusian Culture,
Language and Literature
of the National Academy of Sciences of Belarus
Minsk, Belarus
66avrorab6@rambler.ru

СЕМАНТЫКА І СІНТАКСІЧНЫЯ АСАБЛІВАСЦІ ЎЖЫВАННЯ
ЎЗМАЦНЯЛЬНЫХ ЧАСЦІЦ У МОВЕ МАСТАЦКАЙ ЛІТАРАТУРЫ
(на прыкладзе твораў І. Шамякіна)

SEMANTICS AND SYNTACTIC FEATURES OF THE USE
OF EMPHATIC PARTICLES IN THE LANGUAGE OF FICTION
(on the example of I. Shamiakin's works)

У артыкуле на матэрыяле мастацкіх твораў І. П. Шамякіна даследуюцца семантыка-сінтаксічныя асаблівасці ўжывання ўзмацняльных часціц у сучаснай беларускай мове. Раскрываецца іх роля як сінтаксічнага сродку сувязі розных лексіка-граматычных разрадаў слоў. Аналізуецца структура сінтаксічных канструкцый, у якіх ужываюцца часціцы, іх кантэкстуальныя і функцыянальныя магчымасці, граматычныя значэнні, ступень іх ужывальнасці, сэнсавыя, мадальныя і эмацыянальныя адценні, роля і актуалізацыя часціц у сукупнасці з астатнімі элементамі кантэксту.

К л ю ч а в ы я с л о в ы : *часціца; кампанент; сэнсавыя адценне; значэнне; функцыі; сінтаксічныя канструкцыі.*

Based on the works of I. P. Shamiakin, the article presents the study the semantic and syntactic features of the use of emphatic particles in the modern Belarusian language. Their role as a syntactic means of communication between different lexical and grammatical categories of words is revealed. The analysis includes the structure of syntactic constructions in which particles are used, their contextual and functional capacity, grammatical meanings, the scope of their use, their semantic, modal and emotional shades, the role and actualization of particles in conjunction with other elements of the context.

К e y w o r d s : particle; component; semantic connotation; meaning; functions; syntactic constructions.

Вывучэнне часціц звязана з пытаннямі пра сутнасць і сувязі лексічнага і граматычнага ў слове, пра становішча няпоўназначных слоў у адносінах да агульнай сістэмы часціц мовы. Гэтыя словы, што не маюць асобных граматычных форм, валодаюць пэўным граматычным афармленнем, якое

характарызуецца граматычнай нязменлівасцю слова. Вызначэнне сінтаксічных функцый часціц выяўляе іх граматычныя значэнні праз апісанне канструкцый, якія ўзнікаюць у працэсе спалучэння часціц з рознымі кампанентамі сказа. Часціцы адносяцца да найбольш ужывальных слоў у мове мастацкай літаратуры. Толькі ў кантэксте можна зразумець, якое пэўнае дадатковае сэнсавае, мадальнае і эмацыянальнае адценне надаюць часціцы слову, словазлучэнню і сказу. У артыкуле на прыкладзе мастацкіх твораў І. Шамякіна мы разгледзім ролю і значэнне ў кантэксте эмацыянальна-экспрэсіўных часціц *такі, яшчэ, ж (жа), нават, і*, якія адносяцца да разраду ўзмацняльных.

Узмацняльная часціца *-такі* выдзяляе і падкрэслівае размоўны характар кантэкста. Яна далучаецца да таго кампанента выказвання, які абазначае нешта вядомае, тым самым забяспечвае тэматычнасць і кантраснасць выказвання аб гэтым кампаненце. Напрыклад: *А пакуль я [Ігар] нем, то п'ю і ем, – маладосці ўсё-такі хацелася блазнаваць* [Ш-4, с. 19], *Зноў-такі не колькасць месяцаў уразіла – сервіроўка стала: напіткі і закускі* [Ш-4, с. 406], *Шкрабнула-такі сэрца крыўда на Лізу, калі думала, у каго можна пазычыць грошай* [Ш-4, с. 472].

Часціца *яшчэ* мае не толькі ўзмацняльнае значэнне, але і перадае розныя сэнсавыя адценні. Калі яна далучаецца да прыметнікаў і прыслоўяў у ступені параўнання, то падкрэслівае большую ступень праяўлення прыметы: *Страляніна ўсчалася ўвечары, гадзін у дзевяць. Каля тэлефоннай станцыі спачатку, пасля яшчэ бліжэй – каля школы прапаршчыкаў, якая была зусім побач, за які квартал* [Ш-3, с. 250]. Шырока ўжываецца часціца *яшчэ* пры прыслоўях часу або назоўніках у функцыі акалічнасці часу, пры гэтым узмацняе іх значэнне і ўскладняе іх новым, дадатковым часавым адценнем: *Даведаўшыся пра мой [Піліпа] намер зараз жа кінуцца на вуліцу, Катруся, тая самая Катруся, якая яшчэ колькі дзён назад слова саромелася сказаць, толькі чырванела пры мне, цяпер пры кухарцы, пры пакаёўцы старой пані ўчапілася ў мяне і прасіла ...* [Ш-3, с. 251].

Часціца *ж (жа)* садзейнічае больш цеснаму аб'яднанню ў адно цэлае двух складаназалежных сказаў і ўзмацняе характар сэнсавых адносін: *Гэтыя ж ваўкі [немцы і паліцэйскія] стаіліся, чакаюць, што хтось з вас [партызанаў] прыйдзе* [Ш-2, с. 270]. *А навучыў яе [Машу] гэтаму [што яна самая любімая] лепшы сябра сям'і – смяшлівы дзядзька Андрэй, якога яна любіла гэтак жа, як ён яе* [Ш-2, с. 358]. *Назвала [пані] гэтак жа, як дома мяне звалі, – Піліпок* [Ш-3, с. 174]. *Але ж ты [Сева] сам казаў, што бальшавікі разлажылі полк, што ён выступіць за іх* [Ш-3, с. 250]. Калі часціца *жа* далучаецца да слова, яна забяспечвае яго сувязь з папярэднім кантэкстам, афармляе суправаджаемае слова ў тэму выказвання і мае пры гэтым значэнне 'што датычыцца': *Быў жа ў яе [Валі] з раніцы звычайны, вясёлы настрой* [Ш-2, с. 92], *І тады на парозе з'явіўся госць – чалавек у паліто з шэрым каракулевым, быццам яшчэ заснежаным, каўняром*

і гэтакі ж шапцы [Ш-2, с. 117], *Але той жа добры Станулін – не параіў – загадаў ім [Аксане і Стасіку] жыць паасобна, у розных канцах горада* [Ш-4, с. 65]. Часціца *ж (жа)* у спалучэнні са словамі розных часцін мовы мае ўзмацняльна-выдзяляльны характар, а менавіта падкрэслівае гэтае слова, узмацняе яго сэнсавую, эмацыянальную ці мадальную выразнасць: *Мы ж селі на варожай зямлі* [Ш-1, с. 48], *Смачнае ж пітво* [Ш-4, с. 260], *Употаі загад, канешне, парушалі, але адкрыта, на вачах у камандзіра, парушыў яго толькі Золатаў у першы ж дзень, адзначыў радасную падзею – сустрэчу з партызанамі* [Ш-4, с. 17]. Калі часціца *жа* ў сказе знаходзіцца пасля дзеяслова, то ў такім ужыванні яна надае ўсяму выказванню сэнс пярэчання: *Але не мог жа [Дзядзюля] ведаць усіх* [Ш-4, с. 70], *Не станеш жа збіраць калектыў і распіскі не патрабуеш* [Ш-4, с. 402], *Аляксандра Паўлаўна схамянулася: “Вось жа заносіць цябе, старая зубаскалка. Ведаеш жа, што ён [Міша] не любіць пра гады свае...”* [Ш-4, с. 481]. Часціца *ж (жа)* часта ўжываецца са спецыфічным удакладняючым значэннем, пры якім вызначаны пры яе дапамозе кампанент лагічна атаясамліваецца з якім-небудзь прадметам, з’явай, прыметай, уласцівасцю, падкрэсліваецца тоеснасць прадмета або прымета самому сабе. Такое значэнне характэрна для часціцы, якая суадносіцца часцей з указальнымі займеннікамі і некаторымі прыслоўямі (*там, тут, туды, адтуль*), радзей – з назоўнікамі, прыметнікамі, лічэбнікамі: *І ў гэты ж міг грывнуў вінтовачны стрэл* [Ш-4, с. 105], *Ехалі назад тым жа поездам* [Ш-2, с. 310], *Выйшаў высокі мужчына з глыбокімі залысінамі між рыжых кучаравых валасоў, з такімі ж рыжымі вусамі, якія пасавалі да яго даўгаватага твару, кашлатых рыжых брывоў* [Ш-2, с. 238], *Але яна [Антаніна Аркадзеўна] была псіхолаг, педагог, а таму тут жа схавала сваё здзіўленне ...* [Ш-3, с. 42], *Віця гэты Вольгін, непаседа ж вялікі, павіс на дзвярах крамных і катаецца ...* [Ш-2, с. 85], *Па логіцы павінна зачыніць, каб ніхто не ўвайшоў, ніхто не ўбачыў тут яго, Шабовіча: разумная ж жанчына* [Ш-4, с. 51], *Дзякуючы яму [Янку] я [Лявон] у першы ж дзень даволі добра зарыентаваўся і змог адразу пачаць працу...* [Ш-2, с. 79].

Верагодна, самай шырокаўжывальнай у мове мастацкай літаратуры з’яўляецца часціца *нават*, якая вызначаецца сваім выдзяляльна-ўзмацняльным значэннем. Пры рэалізацыі гэтага значэння ўказваецца, “што ў сказе выказваецца тое, чаго можна было і не мець на ўвазе” [1, с. 278], “што даная з’ява бярэцца ў дапушчальных ці крайніх межах, што яна выходзіць за рамкі магчымага, мэтазгоднага” [2, с. 132]. Часціца *нават* не мае лексічнага значэння, «таму галоўная яе функцыя – уносіць пэўнае сэнсавое адценне ў значэнні іншых слоў, словазлучэнняў ці цэлых сказаў» [3, с. 17], пры гэтым узмацняе той член сказа, за якім замацавана, выдзяляе яго значнасць у адносінах да іншых членаў сказа: *У шафёра быў сур’ёзны, працавіты, нават крыху суровы выгляд, нібы вёў ён не мірную машыну па мірнай дарозе, а баявы танк па вуліцах Берліна* [Ш-1, с. 125].

А. Я. Булатнікава падкрэслівае актуальнасць “вывучэння асаблівасцей спалучальнасці часціц з рознымі лексіка-граматычнымі разрадамі слоў” [4, с. 9–10]. Так, часціца *нават* узмацняе значэнне той лексічнай адзінкі, да якой непасрэдна адносіцца. На базе асноўнага, узмацняльнага значэння ў мове развіваюцца і іншыя яе функцыі: выдзяляльная, удакладняльная, злучальная і інш. Субстантыўны кампанент, які суправаджаецца часціцай *нават*, абазначае прадмет, што нароўні з іншымі прадметамі выконвае вядомае дзеянне: *Торбу мне [Надзі] добрую налажылі і дзед з Паўлікам, і цёткі: праснакі, сыр, масла шклянку, нават сала шматок цётка Параска дала* [Ш-2, с. 255]. Шырока распаўсюджаны ў мове мастацкай літаратуры словаспалучэнні прыметніка з назоўнікам і назоўніка з назоўнікам, да якіх далучаецца часціца *нават*, якая ўзмацняе выказванне і падкрэслівае яго ролю ў сказе: *Але людзі прымалі спакойна любую, нават гнеўную крытыку* [Ш-4, с. 483], *Добра помню, што нават імя і імя па бацьку сказаў, як іншыя ...* [Ш-3, с. 277]. Перад займеннікам часціца *нават* ускладняецца адценнем вылучэння найбольш важнага і значнага – тут асноўная функцыя часціцы ўзмацняльная: *Нават ён, сын, адчуваў дэфіцыт гэтае ўвагі* [Ш-4, с. 410], *Было ад чаго сапсавацца настрою нават у яе [Аляксандры Паўлаўны], загартаванай аптымісткі* [Ш-4, с. 468]. Даволі часта часціца *нават* размяшчаецца перад указальнымі займеннікамі *гэты, той, такі, гэтакі, столькі, гэтулькі, тады*, што ўзмацняе іх выразнасць і падкрэслівае большую значнасць: *І тут яна [Аляксандра Паўлаўна] выявіла, што забылася ў грымёрнай ласунак, які ўчора купіла, – капчонага вугра – рэдкасць нават на той час* [Ш-4, с. 518], *Забыліся на мяне [Аляксандру Паўлаўну] нават тыя, хто сябрам маім абвешчаў сябе не год, не два – дваццаць, трыццаць, а то і паўсотні* [Ш-4, с. 495], *Але тут жа аспрэчыў сябе [Шабовіч]: не, з Аксанай яны смяяліся і ў першую ноч, і нават тады, калі яе параніла, яна ўмела засмяяцца...* [Ш-4, с. 126], *Нават тады, калі два дні думаў пра Вераніку, ён [Раман] не раздзяваў яе, яна існавала як бы бясплотная яшчэ, бо ён, па сутнасці, забыў яе аблічча* [Ш-4, с. 429].

Сустракаюцца выпадкі, калі часціца *нават* знаходзіцца ў постпазіцыі таго слова, якому яна надае пэўнае адценне. Узмацняльная функцыя часціцы ў такіх сінтаксічных канструкцыях ускладняецца ўдакладняльным адценнем: *Я [Міхаліна] увайшла ў настаўніцкую і адразу ўбачыла па тварах сваіх калег, па іх настроі, што Люба працавала як мае быць, што яна і не думала нават, каб хоць крыху стаіць ад людзей сваю драму ...* [Ш-3, с. 65–66], *На вясёлае панскае прывітанне адказалі нявесела, не ўсе нават знялі з сівых і лысых галоў старыя, як самі яны, саламяныя капелюшы* [Ш-3, с. 180].

Сярод сінтаксічных канструкцый, якія далучаюцца да асноўнай часткі выказвання пры дапамозе часціцы *нават*, выяўлены канструкцыі, якія аформлены спалучэннем гэтай часціцы са злучнікамі: *і нават і але нават*. Спалучэнне *і нават* далучае да першай часткі выказвання дадатковае паведамленне, якое з’яўляецца канчатковым і самым важным для характа-

рыстыкі асобы, прадмета, з’явы: *Да капітана вярнулася прытомнасць і нават вясёлы настрой* [Ш-1, с. 52], *Вясёласць Марыны Паўлаўны, маці Раісы, яе клопаты аб іх дваіх, яе пшчотнае, з украінскім акцэнтам, “сынку” і нават сонечныя дні багатага ранняга лета з пахам набрынялага збожжжа і маладых пладоў – усё гаварыла аб гэтым шчасці* [Ш-1, с. 148].

Найбольш часта часціца *нават* выступае ў злучальнай функцыі са злучнікам *і*, звязвае аднародныя члены сказа і выступае як сродак сувязі галоўных членаў сказа (часцей выказнікаў) і другарадных. Звязваючы аднародныя дзеясловы-выказнікі, канструкцыя *і нават* падкрэслівае дынамічнасць, нарастанне дзеяння, завяршае аднародны рад: *І ён [Уладзіслаў] не асуджаў, смяяўся і нават заахвочваў* [Ш-4, с. 297], *Спалохаў і нават абурыв госць – залішняй фамільярнасцю ...* [Ш-4, с. 405]. Такія ж злучальна-сэнсавыя адносіны і паміж аднароднымі назоўнікамі-дапаўненнямі. Канструкцыя *і нават* з аднародным дапаўненнем эмацыянальна яго афарбоўвае, насычае экспрэсіяй, пашырае значэнне папярэдніх аднародных членаў сказа: *Але “лягчэйшы абход” даўся Ігнату ў знакі, бо быў ён тут не толькі лесніком, але адначасова кучарам, качагарам, лакеем і нават нянькай у пана ляснічага* [Ш-2, с. 124]. Спалучэнне *і нават*, калі злучае аднародныя акалічнасці, што выражаны прыслоўямі са значэннем умацавання прыметы, у аднолькавай ступені ажыццяўляе сувязную і выдзяляльную функцыі: *А Галіна сказала мужу саркастычна і нават як бы грэбліва ...* [Ш-4, с. 440].

Канструкцыя “злучнік–часціца *і нават*” часта злучае два сказы ў мастацкім тэксце. Разам са злучнікам *і* часціца *нават* захоўвае сваю вылучальна-ўдакладняльную функцыю, далучае сказ, які мае лексічную закончанасць як вынік для раней сказанага, і ставіць яго на першы план з пункту погляду зместу: *Тут нішто не здаецца мёртвым, усё жыве. І нават неба над лугам – не спякотнае і зацягнутае смугой, а яснае, глыбокае, празрыстае* [Ш-2, с. 50]. З канструкцыяй *але нават* семантычныя адносіны паміж часткамі сказа набываюць больш складаны характар: адначасова з далучэннем выступае супрацьпастаўленне. Такім сказам уласціва большая экспрэсіўнасць. Супраціўна-ўступальнае значэнне часта пераплятаецца са значэннем прэрэчання: *Хабар – большы грэх, але нават праведнік Бязвушка спакусіўся* [Ш-4, с. 425]. Часціца *нават* валодае высокай мнагазначнасцю, узмацняе экспрэсіўнасць выказвання і выкарыстоўваецца для перадачы “розных відаў эмацыянальнасці або ўдакладнення слоў і цэлых сказаў” [5, с. 127]. Узмацняльная, вылучальная, удакладняльная функцыі часціцы *нават* лёгка праяўляюцца ў спалучэнні з усімі знамянальнымі часціцамі мовы; у пэўных кантэкстуальных умовах яна набывае новыя сэнсавыя адценні. Такія спалучальныя канструкцыі шырока распаўсюджаны ў мове мастацкай літаратуры. Гэта тлумачыцца тым, што пісьменніку неабходна выразна і дакладна перадаць новыя семантычныя адносіны і іх адценні пры дапамозе часціц, надаць большую экспрэсіўную афарбоўку і эмацыянальную выразнасць усёй сінтаксічнай канструкцыі. На думку Н. П. Кісялёвай, выкарыстанне часціц у сінтаксічных канструкцыях дапамагае “актуалізацыі далучаемага кампанента, узмацняе далучэнне” [6, с. 85].

Блізкая да часціцы *нават* часціца *і*, якая ўжываецца пераважна пры дзеясловах і словах з колькасным значэннем (у той час як часціца *нават* шырока спалучаецца з рознымі часціцамі мовы): *І як падагрэла яго Аляксея злосць ...* [Ш-2, с. 279], *Бывае, што і за цэлы дзень ніяк не можам адхаркацца* [Ш-3, с. 123].

Характэрна, што ўзмацняльныя часціцы суадносяцца не толькі з асобным словам, але могуць ужывацца ў складзе іншых сінтаксічных адзінак. Так, часціца *нават* ужываецца ў складзе асобных членаў сказа: *Рос страх, а з ім нянавісьць – да ўсіх з аўтобуса, нават да Ірэны і ўвогуле да ўсіх людзей* [Ш-4, с. 324], у складзе словаспалучэння: *Але людзі прымалі спакойна любую, нават гнеўную крытыку* [Ш-4, с. 483], у складзе сказа: *Дзіцячыя ж нават п'юць* [Ш-4, с. 465]. Часціца *ж* (*жа*) ужываецца ў складзе членаў сказа: *У душы ў яго [Сяліцкага] была такая ж сонечная раница* [Ш-1, с. 148], у складзе сказа: *Заўтра на нашы галовы, на галовы мільёнаў людзей упадуць атамныя бомбы. Зразумейце ж!* [Ш-1, с. 170].

Значэнне часціц залежыць ад іх кантэкстуальных магчымасцей. Часціцы *такі* і *ж* (*жа*) суправаджаюць кампаненты, якія з'яўляюцца зыходным пунктам выказвання. Выступаючы ў ролі сінтаксічнага сродку сувязі, часціца *ж* (*жа*) узмацняе выражэнне сэнсавых адносін як унутры складаназалежнага сказа, так і сувязь яе з бліжайшым кампанентам. Часціца *нават* у пэўных кантэкстуальных умовах набывае новыя сэнсавыя адценні. Часціцы надаюць большую экспрэсіўную афарбоўку і эмацыянальную выразнасць усёй сінтаксічнай канструкцыі.

ЛІТАРАТУРА

1. Шапиро, А. Б. Очерки по синтаксису русских народных говоров / А. Б. Шапиро. – М. : АН СССР, 1953. – 320 с.
2. Киселёв, И. А. Частицы в современных восточнославянских языках / И. А. Киселёв. – Минск : БГУ, 1976. – 160 с.
3. Дорошенко, М. Н. Функциональное значение и дистрибуция усилительных частиц (на материале русского и белорусского языков) : автореф. дис. ... канд. фил. наук : 10.02.01 / М. Н. Дорошенко ; Ин-т языкознания АН БССР. – Минск, 1975. – 22 с.
4. Булатникова, А. Е. Семантика и функции частиц *даже, же, то, таки* в современном русском языке : автореф. дис. ... канд. фил. наук : 10.02.01 / А. Е. Булатникова ; Моск. обл. пед. ин-т. – М., 1973. – 23 с.
5. Булаховский, Л. А. Курс русского литературного языка / Л. А. Булаховский. – Изд. 5-е. – Киев : Радянська школа, 1952. – Т. 1. – 447 с.
6. Киселёва, Н. П. Союзные средства присоединительной связи / Н. П. Киселёва // Рус. яз. в школе. – 1969. – № 6. – С. 83–86.

КРЫНІЦЫ ПРЫКЛАДАЎ

Ш-1 – Шамякін, І. П. Збор твораў : у 23 т. / І. П. Шамякін. – Мінск : Маст. літ., 2010. – Т. 1 : Апавяданні, 1944–1951. – 478 с.

Ш-2 – Шамякін, І. П. Збор твораў : у 23 т. / І. П. Шамякін. – Мінск : Маст. літ., 2010. – Т. 2 : Апавяданні, 1953–2003. – 511 с.

Ш-3 – Шамякін, І. П. Збор твораў : у 23 т. / І. П. Шамякін. – Мінск : Маст. літ., 2011. – Т. 3 : Аповесці, 1945–1970. – 399 с.

Ш-4 – Шамякін, І. П. Збор твораў : у 23 т. / І. П. Шамякін. – Мінск : Маст. літ., 2011. – Т. 5 : Аповесці, 1988–1993. – 622 с.

Поступила в редакцию 19.04.2022

ЛИТЕРАТУРОВЕДЕНИЕ

УДК 821.111 (4+73) – 311.4.09

Вильчинская Александра Владимировна
магистр филологических наук,
аспирант кафедры зарубежной литературы
Минский государственный лингвистический
университет
г. Минск, Беларусь

Alexandra Vilchinskaya
MA in Philology, PhD Student
of the Department of World Literature
Minsk State Linguistic University
Minsk, Belarus
Alexandra-Vil@yandex.ru

ПОЛИТИЧЕСКИЙ РОМАН: К ПРОБЛЕМЕ ЖАНРА

A POLITICAL NOVEL: TO THE PROBLEM OF GENRE

Статья посвящена анализу жанра политического романа, его эволюции в мировой литературе, а также определению общих характерных черт романов с политической тематикой. В исследовании политический роман рассматривается с точки зрения его схожести с политическим и художественным дискурсом, выявляется его маргинальная позиция, а также функции и цели.

Ключевые слова: *политический роман; политический дискурс; художественный дискурс; жанровые доминанты; эволюция.*

The article is devoted to the analysis of the genre of the political novel, its evolution in world literature, as well as the identification of common characteristics of novels with political themes. The research examines the political novel from the point of view of its similarity with political and artistic discourse, reveals its marginal position, as well as functions and goals.

К e y w o r d s: *political novel; political discourse; fiction discourse; genre dominants; evolution.*

Политический роман – это жанровая разновидность внутри жанра романа. Согласно «Литературной энциклопедии терминов и понятий» А. Н. Николюкина, роман – это большая форма эпического жанра литературы Нового времени [1, с. 889]. Его наиболее общие черты: изображение человека в сложных формах жизненного процесса, многолинейность сюжета, охватывающего судьбы ряда действующих лиц, многоголосие – отсюда больший объем по сравнению с другими жанрами. Среди многообразия жанровых определений романа А. Н. Николюкин рассматривает две большие группы: *тематическую*, в которую входят автобиографический, военный, детективный, документальный, женский, интеллектуальный, исторический, морской, политический, приключенческий, сатирический, сентиментальный, социальный, фантастический, философский, эротический и др.; и *структурную*, включающую роман в стихах, роман-памфлет, роман-притчу, роман с ключом, роман-сагу, роман-фельетон, роман-ящик (набор эпизодов), роман-реку,

эпистолярный и пр., вплоть до современных телеромана, фоторомана. Таким образом, политический роман относится к тематической жанровой разновидности романа. Далее в статье будет использоваться словосочетание *жанр политического романа* в значении «жанровой разновидности романа».

Изучив точки зрения исследователей разных стран по вопросу чистоты жанра, мы пришли к выводу о том, что не существует жанра политического романа в чистом виде. Ученые-литературоведы и критики в разное время по-разному трактовали его сущность. В. Е. Хализев и З. И. Карцева разделяют мнение о том, что сущность политического романа синтетична, так как «он способен соединять в себе смысловые начала множества жанров, а также оказался способным сблизить литературу с жизнью в ее многоплановости и сложности, противоречивости и богатстве» [2, с. 88]. Согласно Б. М. Проскурнину, вопрос об идентификации жанра политического романа является сложным в современных условиях «внеисторических, внеэстетических трактовок соотношения искусства и политики», когда широко постулируется тезис о враждебности политики всякому творчеству и любому жанру [3, л. 2]. Для И. Хоу основным критерием политического романа является его воздействие на читателя, а также, по мнению критика, для успешного политического романа необходим конфликт между следованием идеологии и возникновением человеческих чувств и эмоций [4]. Также И. Хоу отмечает, что при относительно спокойной обстановке в мире невозможно создать сколь-нибудь значимое произведение политической тематики. Для появления романа, сравнимого по ценности с романом «1984», необходимы реальные исторические потрясения. Другие литературные критики считают определение И. Хоу слишком узким. Р. Бойерс и Ст. Шайнголд относят к политическим романы, в которых отображена жизнь простых людей на фоне развития определенных политических событий [5]. В качестве примеров они приводят произведения «Тихий американец» (1955) Гр. Грина, «100 лет одиночества» (1967) Г.-Г. Маркеса [6].

Говоря о развитии и становлении этого жанра, необходимо отметить, что романы с доминирующей политической тематикой создавались как в эпоху античности, так и Средневековья. Как правило, в них присутствовали элементы документальной литературы или утопии. Политическая тематика наблюдается в таких произведениях, как «Дневник Троянской войны» Диктиса (IV век н. э.), «История Александра Великого» неизвестного автора (III век н.э.), «Египтяне, или О провидении» Синесия (IV век н.э.). Во всех этих образцах описываются реальные исторические личности в качестве главных героев, и основными темами выступают вопросы о государственной власти, о причинах установления тирании. Самым ярким примером политического романа-утопии служит «Утопия» Т. Мора (1516). В этом произведении поднимаются вопросы социальной справедливости, частной собствен-

ности, легитимности власти, войны, мира и др. Позже появляются утопии Т. Кампанеллы «Город Солнца» (1623) и «Новая Атлантида» (1626) Ф. Бэкона. Далее следует отметить романы Дж. Свифта. В романе «Путешествия Гулливера» (1726) он использует сатирическое описание вымышленных стран для критики политики современной ему Англии.

К середине XIX века происходит дальнейшая эволюция жанра. В этот период характерные для него произведения можно условно разделить на две группы: социальные романы и романы-антиутопии. Документализм заменяется социальным романом, а утопия уступает место антиутопии. В СССР появляется такое направление в литературе, как социалистический реализм. Согласно законам жанра писатель представляет собой пропагандиста, так как предполагается, что своим талантом он способен влиять на читателя и воспитывать в нем преданность партии. Таким образом, происходит слияние литературы и идеологии [7].

Позже, в XX веке, писатели-реалисты, обращаясь к политической тематике, уже не пытаются воспитывать у читателя любовь к партии, а, наоборот, позволяют ему самому сделать выводы, исходя из правдиво описанных событий. Например, Эрих Мария Ремарк, изображая военные действия, не приукрашивает картину возможностью совершения героями благородных подвигов, а обращается к теме разрушительности войн и ничтожности человеческих жизней в руках правящих режимов и оппозирующих сторон.

К реалистическим политическим романам XX века относят также такие произведения, как «Вся королевская власть» Р. П. Уоррена (1946), «Коридоры власти» Ч. П. Сноу (1964). В них политическая жизнь становится фоном, на котором разворачиваются события. Главные герои либо живут в условиях, созданных эксплуатирующим политическим режимом, либо являются частью этого режима. Но в обоих случаях отражена разрушительная сила власти и политики для личности человека. Мир политики в этих произведениях связан с шантажом, подкупом, нечестными подковерными интригами. Все эти методы приводят к разочарованию главных героев в жизни и ценностях.

Романы-антиутопии относятся к литературе модернизма и постмодернизма. Наиболее известные авторы, работавшие в жанре антиутопии, – это Е. Замятин, О. Хаксли, Дж. Оруэлл, Р. Брэдбери. Все они в своих знаковых произведениях критикуют тоталитарный режим и демонстрируют его разрушительное воздействие на моральные и духовные человеческие ценности, а также на личность каждого члена общества в отдельности.

Обобщим жанровые доминанты политического романа на основе изученной научной литературы.

- Характерная для жанра тематика: выборы, политические движения, лоббирование интересов партии, политическая карьера, преданность партии,

сила власти, лидерство, деятельность, связанная с государственным устройством и межгосударственными отношениями, направление деятельности государства в определенный период и т.д.

- Фигура лидера как человека, борющегося с несправедливостью и желающего лучшего будущего для своего народа, или же человека меркантильного, алчного, жаждущего власти для удовлетворения собственных желаний и потребностей и не гнушающегося никакими средствами на пути к достижению этой цели.

- Внешний конфликт, который чаще всего соотносится с противостоянием правящих партий, движений (демократы – республиканцы, лейбористы – консерваторы, левые – правые).

- Внутренний конфликт между желанием и долгом, ответственностью и похотью, удовлетворением собственных потребностей и самопожертвованием.

- Проблематика идеи власти, попытка автора осмыслить ответ на вопрос о том, что, обретая власть, возможно ли сохранить моральный и этический облик, не потерять себя в погоне за материальными благами.

Исходя из вышеперечисленных жанровых признаков, а также проанализировав значимость нижеперечисленных романов в мировой литературе, выделим следующие разновидности политического романа:

- 1) социальный политический роман («Вся королевская рать» Р. П. Уоррена);

- 2) психологический политический роман («Кенгуру» Д. Г. Лоуренса);

- 3) роман-антиутопия («1984» Дж. Оруэлла);

- 4) «чистый» политический роман («Коридоры власти» Ч. П. Сноу).

Следующий аспект, представляющий интерес при изучении жанра политического романа, – это его схожесть с *политическим дискурсом*. Согласно словарю литературных терминов и литературной теории Дж. Э. Каддона, дискурс – это устная или письменная дискуссия на философскую, политическую, литературную или религиозную тему [8, р. 224]. В лингвистике «дискурс» обозначает «высказывание», большее по объему, чем предложение. По сути, дискурс – это язык, который понимается как высказывание и, следовательно, включает субъектов, которые говорят и пишут, что предполагает слушателей и читателей, которые являются объектами. В мире политики присутствуют субъекты, которые с помощью своих высказываний влияют на электорат, выражают свои взгляды и пытаются захватить и удержать власть. В этом заключается узкое понимание понятия политического дискурса.

Как считает Е. И. Шейгал, в сферу политического дискурса должны быть также включены мемуары политиков, художественные произведения о политике, политические анекдоты, интервью политиков, так как любые жанры, разговоры о политике на бытовом, художественном или обществен-

ном уровнях способствуют формированию политического сознания, создают общественное мнение и могут повлиять на ход политического процесса [9, л. 33]. Именно формирование политического сознания и является основной целью политического дискурса. Под политическим сознанием понимается совокупность взглядов и установок, выражающих отношение социального субъекта к другим субъектам, общественному строю, политической системе, историческому процессу.

Художественный дискурс – это социокультурное взаимодействие между писателем и читателем, вовлекающее в свою сферу культурные, эстетические, социальные ценности, личные знания, знания о мире и отношении к действительности, систему убеждений, верований, чувств и представляющее собой попытку изменить «духовное пространство» человека и вызвать у него определенную эмоциональную реакцию. В. В. Виноградов пишет о том, что художественное произведение «задано читателю не как система положительного содержания, а скорее, как известная схема и загадка, которую читатель должен еще дополнить и разгадать в конкретно-смысловом плане. В силу этого художественное произведение, допуская множественность толкований, требует, чтобы и к нему не подходили с догматическим определенным критерием. Его основное достоинство, как символической структуры, в многогранности и в многозначности» [10, с. 9].

Таким образом, политический роман – это совокупность художественного и политического дискурса, целью которого является воздействие на читателя, формирование его мировоззрения. Однако, в отличие от чистого политического дискурса, в романе воздействие на читателя происходит опосредованно. Читатель сам приходит к собственным выводам. В результате текст политического романа рассматривается нами как жанровая разновидность художественного и политического видов дискурса, основной функцией которой является функция воздействия. Политический роман – маргинальный жанр художественного и политического видов дискурса, в отличие от других жанровых образований политического дискурса (политические дебаты, публичная речь политика, правительственные постановления, инаугурационное обращение), оказывающих прямое, непосредственное влияние на политические взгляды, ценности и действия. Он способствует формированию политического сознания через эстетическое воздействие, то есть косвенным образом.

Основной функцией художественного дискурса является самовыражение творческой личности, однако в тех областях, которые соприкасаются с полем политики, в той или иной степени присутствует социальный заказ. Произведения подобного рода могут выполнять следующие функции:

1) способствовать утверждению или разрушению существующих в данном обществе стереотипов;

2) содействовать созданию или разоблачению социально-политических мифов;

3) способствовать формированию определенной ценностной картины мира;

4) помогать критическому переосмыслению и интерпретации прошлого с проекцией в настоящее;

5) сводить счеты с политическими противниками.

Рассмотрим перечисленные функции на примере романа «Вся королевская рать». В романе описывается успешная и стремительная политическая карьера Вилли Старка. Из простого сына фермера Вилли превращается в харизматичного и алчного лидера, не гнушающегося никакими средствами на пути достижения своих целей. В начале романа Вилли представляет собой ничем не примечательного человека, с даже немного отталкивающей внешностью: «Судьба входит через дверь – ростом в метр восемьдесят, с широковатыми ногами, одетая в бумажный полосатый костюм за семь пятьдесят, в длинноватых брюках, спадающих гармошкой на черные штиблеты (их не мешало бы почистить), в высоком крахмальном воротничке, как у старост в воскресных школах, с галстуком в синюю полоску – который явно был подарен женой на прошлое Рождество и хранился в папиросной бумаге вместе с рождественской карточкой («Счастливого Рождества желает дорогому Вилли любящая жена»), пока его владелец не собрался в город, – и в серой фетровой шляпе с потеками пота на ленте. Судьба является в таком обличье – и как ее распознаешь?» [11, с. 23].

Однако, несмотря на такую заурядную внешность, со временем Вилли научился многому, в том числе ораторскому искусству. Он понял, что толпе не важны доводы, необходимо управлять их эмоциями. И его стали слушать и подчиняться его воле: «Потом раздавался рев, и ощущение было такое, как будто ты выскочил на поверхность, воздух хлынул в легкие и свет пошел кругом. Нет ничего подобного реву толпы, когда он вырывается вдруг и одновременно у всех людей в толпе – из того, что сидит в каждом из них, но не является им самим. Рев поднимался и нарастал, затихал и снова рос, а Хозяин стоял, воздев правую руку к небесам, с выпученными красными глазами.

И когда рев умолкал, он говорил, не опуская руки:

– Я заглянул в ваши лица!

И они ревели.

Он говорил:

– О Господи, я увидел знак!

И они опять ревели» [11, с. 215].

Стремительная политическая карьера и успех Вилли Старка среди избирателей в контрасте с трагичным финалом его жизни закрепляет стереотип о власти как о разрушающей силе. Власть деморализует и разла-

гает нравственные качества личности. Таким образом, в романе утверждается стереотип о том, что политика – это грязное дело. В этом заключается первая функция данного политического романа.

Также в романе показана эволюция личности Джека Бердена, друга и помощника Вилли. Джек наблюдает за событиями в жизни Вилли и постепенно осознает, что человек сам несет ответственность за свои поступки. В начале романа Джек предстает скептиком, молодым амбициозным журналистом, который не интересуется внутренним миром окружающих людей. Однако со временем формируется его ценностная картина мира, он понимает, что любой поступок влечет за собой последствия. В размышлениях Джека автор отразил собственную позицию, формируя таким образом мировоззрение читателя.

Подводя итог, отметим, что жанровая разновидность политического романа определена. Однако политический роман в «чистом» виде – весьма редкое явление, так как любой роман синтетичен и содержит в себе черты других жанров. В политических романах разного времени можно выделить общие жанровые доминанты, которые будут присутствовать в любом произведении с политической тематикой. К ним относятся поднимаемые в произведениях проблемы и темы, а также конфликты, характерные для типичных героев политических романов. Политический роман, будучи маргинальным жанром художественного и политического видов дискурса, способствует формированию политического сознания через эстетическое воздействие, то есть косвенным образом. Связь политического романа с другими жанрами и дискурсами определяет его сложную структуру, а также подтверждает необходимость исследования примеров мировой литературы данной жанровой разновидности и отражения как их схожих черт, так и различий, вызываемых новыми жизненными явлениями и политическими тенденциями, а также особенностями национальных литератур.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Николюкин, А. Н.* Литературная энциклопедия терминов и понятий / А. Н. Николюкин. – М. : НПК «Интелвак», 2001. – 1600 с.
2. *Хализев, В. Е.* Теория литературы / В. Е. Хализев. – М. : Высш. шк., 2005. – 110 с.
3. *Проскурнин, Б. М.* Английский политический роман XIX века (проблемы генезиса и эволюции) : дис. ... д-ра. филол. наук / Б. М. Проскурнин. – Пермь, 1997. – 374 л.
4. *Howe, I.* Politics and the Novel / I. Howe. – N. Y. : Fawcett Publication. Inc., 1967. – 254 p.
5. *Boyers, R.* Atrocity and Amnesia: The Political Novel since 1945 / R. Boyers. – N. Y. : Oxford Univ. Press, 1985. – 259 p.

6. *Scheingold, St.* The Political Novel: Re-Imagining the Twentieth Century / St. Scheingold. – N. Y. : Continuum, 2010. – 272 p.
7. Социалистический реализм / Википедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа : https://ru.wikipedia.org/wiki/Социалистический_реализм#Литература. – Дата доступа : 10.03.2022.
8. *Cuddon, J. A.* A Dictionary of Literary Terms and Literary Theory, 2013 / J. A. Cuddon. – A John Wiley and Sons, Ltd., 2013. – 784 p.
9. *Шейгал, Е. И.* Семиотика политического дискурса : дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.01 / Е. И. Шейгал. – М., 2005. – 431 л.
10. *Виноградов, В. В.* О теории художественной речи / В. В. Виноградов. – М. : Высш. шк., 1971. – 239 с.
11. *Уоррен, Р. П.* Вся королевская рать / Р. П. Уоррен. – М. : Издательство АСТ, 2020. – 640 с.

Поступила в редакцию 09.06.2022

Лаптёнок Ирина Брониславовна

кандидат филологических наук, доцент,
заместитель директора по учебной работе
Института повышения квалификации
и переподготовки кадров
Белорусский государственный университет
культуры и искусств
г. Минск, Беларусь

Laptsionak Iryna Branislavauna

PhD in Philology, Associate Professor,
Deputy Director for Academic Affairs
of the Institute for Advanced Training
and Retraining
Belarusian State University of Culture and Arts
Minsk, Belarus
laptenokirina@tut.by

ОСОБЕННОСТИ ИДЕЙНО-ТЕМАТИЧЕСКОГО НАПОЛНЕНИЯ
И ЖАНРОВОЙ ФОРМЫ ФРОНТОВЫХ ДНЕВНИКОВЫХ ЗАПИСЕЙ
ПОЭТА-ПЕРЕВОДЧИКА ЯЗЕПА СЕМЕЖОНА

FEATURES OF THE IDEOLOGICAL AND THEMATIC CONTENT
AND GENRE FORM OF THE FRONT-LINE DIARY ENTRIES
OF THE POET-TRANSLATOR YAZEP SEMEZHON

Статья посвящена исследованию малоизвестных дневниковых записей Язепа Семежона, которые велись им в период Великой Отечественной войны. Рассматриваются жанровые признаки, структура повествования, образно-тематические особенности дневниковых записей. Определено, что в них нашли воплощение наиболее яркие, эмоционально значимые события фронтовой жизни поэта-переводчика, его размышления и переживания, отраженные в синкретичной жанровой форме.

Ключевые слова: *творческая индивидуальность писателя; фронтовой дневник; жанровая природа дневника; особенности повествования; образ-концепт.*

The article is devoted to the study of the little-known diary entries of Yazep Semezhon, which were kept by him during the Great Patriotic War. It examines genre features, narrative structure, figurative and thematic features of diary entries. It is determined that they embody the most vivid, emotionally significant events of the poet-translator's front-line life, his thoughts and experiences reflected in a syncretic genre form.

Key words: *creative individuality of the writer; front-line diary; the genre of the diary; features of the narrative; image-concept.*

Влиятельным фактором формирования идеалов и ценностей общества является жизненная и творческая судьба писателей-участников войны, их личный пример. Раскрытие психологии человека на войне, «правды войны» в художественных произведениях белорусских авторов в значительной степени было связано с их фронтовым опытом. Особенным своеобразием отличалось выражение писательской позиции в форме дневника, интерес к которой усилился на протяжении последнего десятилетия как в отношении изучения опубликованных ранее материалов, так и в связи с открытием рукописей, находящихся в архивах.

Фронтовой дневник представляет собой уникальное явление. С одной стороны, дневниковая форма, с учетом ее документального характера,

позволяла фиксировать подробности военной жизни, с другой стороны, отражала личностную позицию участников описываемых событий, их переживания и размышления.

Анализу особенностей фронтовых дневников писателей посвящены исследования, проведенные на постсоветском пространстве, Е. И. Колесниковой, В. В. Колобова, А. В. Лашкевича, А. С. Рейнгольда, А. С. Столетовой, И. Г. Тажидиновой, Л. Ц. Халхаровой и др.

В белорусском литературоведении наблюдается интерес к изучению авторской рефлексии, автобиографической основы, структурно-содержательных особенностей и экзистенциального компонента дневников, о чем свидетельствуют работы А. Ф. Березко, О. Н. Губской, А. Ю. Новик, В. М. Стрельцовой, Н. А. Сугако, Т. Н. Тарасовой и др. Среди наиболее известных мемуаров белорусских писателей, созданных в военное время, – дневники, записи в блокнотах и записных книжках А. А. Алешко, П. И. Волкодаева, В. С. Гарбука, Н. П. Лобана, И. П. Мележа, М. Танка и К. Черного.

Несмотря на появление значительного количества работ, посвященных исследованию дневников, до сих пор малоизученными остаются такие вопросы, как своеобразие их жанровой формы, особенности содержательно-тематического наполнения, значимость и статус фронтового дневника и его роль в развитии творческой индивидуальности писателя.

Насущным является изучение фронтовых дневников писателей и как источников личного происхождения, в которых находят отражение история повседневности, подробности фронтового быта, находящиеся обычно «за кадром», а также мировосприятие и мироощущение человека на войне, его поведение, эмоциональные реакции на события. Внимание к данным исследовательским ракурсам обусловлено интересом со стороны ученых «не только профильных направлений (журналистика, литературоведение), но и смежных дисциплин (история, философия, социология, теория и история мировой культуры, коммуникативистика, психология, культурология, языкознание, психолингвистика, логика, этика и др.)» [1, с. 7].

Осмысление значимости фронтового дневника и его статуса в определенной степени связано с превалированием соответствующей традиции в позициях исследователей: «В гуманитарно-научном сообществе сохраняется традиция отношения к дневнику как дополнительно-вспомогательному источнику <...>. В пост-классической парадигме утверждается иное отношение – как к незаменимому свойству опыта бытия и сознания, имеющему самостоятельное значение в качестве культурного артефакта и литературного феномена» [2, с. 13]. Значительная часть фронтовых дневников писателей была издана сравнительно недавно, в течение последних десятилетий, а некоторые до сих пор не опубликованы. Данный факт также можно трактовать как следствие отрицания на протяжении длительного периода самостоятельной ценности фронтового дневника: «В классической традиции литературного сознания жанр дневниковой записи (как и переписка,

и мемуары) легитимизировались только в случае их принадлежности перу выдающихся писателей. Тогда они издавались в комплекте полного собрания сочинений с текстологическими комментариями, но зачастую без всесторонней культурно-исторической интерпретации. Записки известных общественных деятелей выходили под грифом исторических исследований академического плана в том же текстологическом антураже. Личный же дневник, особенно “простых” людей, не оказавших влияния на “большие”, метаисторические формы культуры, оставался как бы в “подполье” литературного процесса, в архивах и хранилищах, не находя доступа к широкой читательской аудитории» [2, с. 10].

Такая же участь постигла и дневниковые записи поэта-переводчика Язепа Семежона (Иосиф Игнатьевич Семежонов, 1914–1990). На протяжении многих десятилетий его письма с фронта и дневниковые записи хранились в семейном архиве и не были опубликованы. Вместе с тем служба Я. Семежона в рядах вооруженных сил в период Великой Отечественной войны и ведение им фронтового дневника оказали существенное влияние на дальнейшее становление его творческой индивидуальности.

Язеп Семежон был призван в ряды защитников в сентябре 1938 г., принимал участие в советско-финской войне. До марта 1942 г. служил курсантом офицерской школы в Москве, затем командиром взвода, в 1942–1945 гг. – военным переводчиком на 3-м Белорусском фронте, в разведывательном управлении штаба Белорусского военного округа. За годы войны прошел путь от младшего лейтенанта до подполковника. В описании его заслуг при награждении орденом Красной Звезды указано: «Товарищ Семежонов, владея английским, французским, немецким и итальянским языками, в течение всей Отечественной войны успешно работает над информацией командования фронтом по вопросам международной политической жизни, положения на фронтах Европы и Азии. В ходе работы тов. Семежонов дал много ценных разведанных по нумерации соединений немецкой армии и их дислокации» [3]. В послевоенное время переводчик продолжил службу в штабе Белорусского военного округа (до 1953 г.), был лично знаком с Маршалом Советского Союза С. К. Тимошенко.

В связи с особенностями службы в военной разведке большинство дневниковых записей (которые велись Я. Семежоном в тетрадях и блокнотах) было уничтожено. Сохранилась лишь небольшая их часть – те, что были направлены с фронта вместе с письмами его знакомой Н. Н. Бромлей, преподавателю английского языка Московского государственного университета. По понятным причинам в сохранившихся материалах отсутствует указание на то, чем занимался их автор по долгу службы. В письме от 30 ноября 1941 г. присутствует лишь намек на род его деятельности: *Я все эти дни нахожусь почти рядом с передовыми позициями, и хотя сам не хожу в атаки и не лежу за Максимом, как другие, но бои наблюдаю и, быть может, более тех, кто воюет, вижу иногда весь их ход...* [4].

Внутренним побудительным мотивом вести дневниковые записи стало стремление зафиксировать увиденное и испытанное во время войны, поделиться своими чувствами с близкими людьми: *Пишу дневник. Уже набралось две большие тетрадки. В нем много “сердца горестных замет”. Не прислать ли Вам? Быть может погибну, вспомнили бы... А если бы, к великому счастью, после войны отыскали мою мать или сестру – рассказали бы о моей жизни за эти месяцы* (запись от 2 марта 1942 г.) [4]. Внешним фактором, повлиявшим на написание заметок, являлось участие Я. Семежона в работе литературного кружка, куда входили советские писатели, участники Великой Отечественной войны, – некоторые из них также вели дневники.

Сохранившиеся фронтовые записи состоят из объединенных тематически текстов (фрагментов), относящихся к определенной дате, большинство из которых были сделаны в первые три года войны. В них нашли отражение такие признаки дневникового повествования, как хронологичность, датированность, наличие реальных жизненных фактов, собственных наблюдений автора.

Следует отметить широкое разнообразие тематической структуры дневниковых записей, включающей рассказы о текущих событиях, портретные, пейзажные и бытовые описания, воспоминания и размышления автора.

В результате анализа определено, что дневниковые записи Я. Семежона предполагают адресата и не направлены исключительно на автора, о чем свидетельствует их публицистическая ориентированность, которая выражена в воздействии на читателя, в экспрессивности, эмоциональности и стремлении донести свою позицию по значимым общественно-политическим вопросам. При этом выбранная форма не является открыто агитационной. В частности, приемы, используемые для убедительности в неизбежности отмщения врагу, автор черпал как в исторической фактологии, так и в культурно-бытовых реалиях, например, посредством ассоциативного сравнения военной операции по устранению врага со способом загонной охоты на волка с помощью привады (запись от 30 ноября 1941 г.), использования олицетворения – река-заступница топит чужаков-пришельцев (запись от 7 января 1942 г.). Отдельные отрывки по накалу эмоций напоминают публицистические заметки.

Значительное место в дневниковых записях уделено фактам, наиболее ярко воплотившим подробности фронтовых будней, которые были связаны с познанием автором военной жизни, его чувствами и ощущениями. История повседневности, представленная в дневнике, привлекает множеством интересных деталей, например, в описании условий фронтового быта: *Сейчас мы сидим в землянке у печки-костра. Это одновременно и печка и костер. Не могу Вам описать, как это сделано. Взята половина бочки из-под бензина. Нижняя ее часть вырезана и оставлен только каркас да дно,*

а верхняя – только сделано отверстие для трубы в верхнем дне. Получается что-то вроде камина, а сверху можно варить картошку, жарить сало, если таковое выдаст старшина... В углу – импровизированный стол из-под снарядных ящиков. На нем приемник, стопка книг. Это – рабочее место. Рядом – нары (запись от 10 ноября 1943 г.) [4].

Язеп Семежон описывает, о чем солдаты думали и мечтали в период между боями, как вспоминали родные места, своих близких, что их интересовало в конкретные моменты фронтовой жизни. Среди наиболее волнующих эпизодов, которые стали источником авторской рефлексии, – получение писем на передовой. Данный эпизод запечатлен в дневнике в качестве отдельной заметки. Художественная детализация, эмоциональность стиля превратили бытовое описание в повествование об особом ритуале фронтовой жизни, ставшем частью проявления единства и сплоченности советских солдат: *Есть в блиндажах и землянках незабываемые минуты, когда смолкает тихий говор, откладывается в сторону непришитая пуговица, остается нерасшнурованным ботинок. Письма пришли!.. Вскрываются бумажные треугольнички, на свет просматриваются наспех конверты и тут же вскрываются, жадно пробегаются родные, теплые строки – и вот уже письмо пошло вкруговую по неписанному, но незыблемому фронтовому обычаю. Его читают вместе, как едят из одного котелка, как поют вместе песни, как поднимаются вместе в атаку...* (запись от 10 ноября 1943 г.) [4].

По своему художественному потенциалу некоторые отрывки дневниковых записей близки к прозе о войне. Например, три страницы дневника в послевоенное время вошли как очерк «Монголы под Малоярославцем» в литературно-художественный и историко-публицистический сборник «Книга братства» (1971). Размещенные здесь записи относятся к началу 1942 г.: *22 февраля. К вечеру. Роща с.-зап. дер. К. (между Боровском и ст. Обнинская, Киевской ж. д.) Западный фронт [5, с. 340].* В них раскрываются несколько событий одной ночи, связанных с приездом поезда с гуманитарным грузом из Монголии. Происходящее описывается автором максимально подробно, с использованием приемов и средств художественной выразительности, передачей ощущений как на визуальном, так и аудиальном уровне: раскрыта атмосфера фронтовой ночи (перепалка зениток, окрики и команды регулировщиков, рев моторов на заносах, скрип полозьев саней, «звучание» ветвей заиндевелых берез, «резкий скрип» снега под ногами (как в ступицах колеса), описаны ход строительных работ по возведению склада для продовольствия (стук топоров, визг пил, удары лопат о мерзлый грунт, уханье), празднование «монгольского мясоеда» (ужин, встреча с представителями из Монголии).

С документальной точностью Я. Семежон свидетельствовал об ужасах войны (описание следов разрушений Ржева, битвы на западных подступах к Москве). Однако даже в таких условиях взгляд начинающего писателя не

мог не замечать красоту окружающей природы (дубовые рощи вдоль шоссе, *будто пересыпанные крупным сахаром-песком; белые кисейные волны в поле во время снежной бури*). Описания природы характеризуются панорамностью и детализацией: *На дворе вывездило. Белая луна катится сквозь пятнистые тучи и от яркого лунного света запорошенные пуховым снегом лесные поляны кажутся из подземелья продолжением низко нависшего клубистого и холодного неба...* (запись от 10 ноября 1943 г.) [4].

При всем тематическом и образно-сюжетном разнообразии дневниковых записей Я. Семезона установлено, что их стержневым мотивом-константой является образ-концепт «родина», который объединяет представления автора о родном крае, родных местах и родной земле: *Ничего на свете нет горше, как тоска по родине, даже по голубому небу над родимой землею. Впереди Вязьма. Она совсем близко – кажется вон там, за дымкой лесов в инее. А там – родная, израненная, оплаканная, но милая до слез – Белоруссия...* (запись от 28 января 1942 г.) [4]. Зов родного края был путевой звездой начинающего писателя на пути к победе: *Когда мы уходили из Смоленска, я видел своими глазами, как простые русские солдаты целовали памятник Глинки на Мелиховской площади. Я видел солдат-белорусов, которые носили в узелке, за пазухой горсть родимой земли. Нас зовет родная, плененная земля – и мы придем на этот клич...* (запись от 30 ноября 1941 г.) [4].

На значимость данного концепта указывает и параллельная разработка некоторых сюжетов в прозаической и поэтической формах, о чем свидетельствует сопоставление отдельных страниц. Так, в дневниковой записи от 2 марта 1942 г. рассказывается о впечатлениях автора от встречи, которая произошла в освобожденной от фашистов витебской деревне: *Родная моя Беларусь – рукой подать. Я уже побывал в первой белорусской деревне, вырванной из рук врага. Нас встречали, как сыновей родных. Не знаю, поймете ли это большое чувство – встречи с родными краями. В этом селе молодая женщина, узнав во мне земляка, подарила мне вышитое белорусское полотенце...* [4]. Аналогичный сюжет раскрывается в стихотворении «У першым беларускім сяле» (страничка из фронтового блокнота): *Як мы к сялу прайшлі цераз раку / І як насустач нам няслі гасцінна / Акрайчык хлеба ў белым ручніку / Ад гора пасівеўшыя жанчыны. / Яшчэ не скора скончым мы паход... / Ля нашых рэк як станем на спачынак, / Дастану той ручнік і вытру пот, – / Ручнік, што мне дала пад Віцебскам жанчына* [4].

В дневниковых записях встречаются и отрывки из других стихотворений, в которых воплощены тоска по родине, матери, всему, что было связано с мирной жизнью. Лексика стихотворений образная и эмоциональная, о чем свидетельствуют эпитеты, метафоры, сравнения, олицетворения. В составе дневниковых записей выявлены также отрывки из поэтических произведений известных писателей-фронтовиков (К. М. Симонова, А. А. Суркова и др.).

В послевоенное время дневниковые записи подтолкнули писателя к работе над художественными произведениями, посвященными теме Великой Отечественной войны. Он неоднократно обращался к ней как прозаик, публицист и переводчик. Я. Семежоном были написаны и опубликованы рассказ «Вуліца іх маленства», очерк «Вялікая крыўда малых рэк», переводы стихотворений «Атака» и «Кукла» К. М. Симонова, «Мальчиком ушел я на войну...» и «Сорок первый – наш год призывной...» А. Н. Чепурова, «Стоит березка фронтовая...» А. А. Прокофьева и др.

Таким образом, анализ фронтовых записей Я. Семежона показывает, что они имеют самостоятельную ценность как зафиксированные наблюдения писателя – участника войны. Вместе с тем их ведение представляло собой яркую творческую форму самоидентификации и идейно-художественных поисков, показало наличие у начинающего писателя определенных литературных задатков, а также явилось свидетельством того, что период Великой Отечественной войны стал своеобразным фундаментом, на котором в дальнейшем сформировался его многогранный литературный талант, воплощенный в различных видах литературно-творческой деятельности. Дневниковые записи отличаются разнообразной тематической структурой, содержат интересные подробности фронтовой жизни, наполнены искренними эмоциями и размышлениями. Это яркий пример дневника писателя синкретичной формы, сочетающий в себе признаки нескольких жанров (в него вошли фрагменты очерков, публицистических заметок и поэтических произведений).

ЛИТЕРАТУРА

1. Колобов, В. В. Дневник писателя как документ эпохи (на материале дневника А. В. Жигулина) : автореф. дис. ... д-ра. филол. наук : 10.01.10 / В. В. Колобов. – Воронеж, 2017. – 38 с.
2. Лашкевич, А. В. Личный дневник и жанры «дискурса личности» в контексте межкультурной коммуникации / А. В. Лашкевич. – Ижевск : Изд-во Удмурт. ун-та, 2014. – 173 с.
3. Награда Иосифа Игнатьевича Семежонова // ЦАМО. – Ф. 33. Оп. 686196. Ед. хр. 4683.
4. Семежонов, И. И. Фронтовые записи : материалы переписки с Н. Н. Бромлей / И. И. Семежонов // Семейный архив Семежоновых (хранитель – Н. И. Семежонина).
5. Книга братства. – М.; Улан-Батор : Правда, 1971. – 575 с.

Поступила в редакцию 04.05.2022

Садко Людміла Міхайлаўна
кандыдат філалагічных навук, дацэнт
дацэнт кафедры рускай літаратуры
і журналістыкі
Брэсцкі дзяржаўны ўніверсітэт
імя А. С. Пушкіна
Брэст, Беларусь

Lyudmila Sadko
PhD in Philology, Associate Professor
Associate Professor at the Department
of Russian Literature and Journalism
Brest State A. S. Pushkin University
Brest, Belarus
konovod1@yandex.ru

МАТЫЎ ВЯСНЫ Ў ПАЭЗІІ П. БРОЎКІ 1930-х гг.

THE MOTIF OF SPRING IN P. BROUKA'S POETRY OF THE 1930s

У артыкуле разглядаюцца матыў вясны і яго ўвасабленне ў лірыцы П. Броўкі 1930-х гг., удакладняецца метафарычны патэнцыял лейтматыва вясны, яго інварыянты і інтэрпрэтацыі праз вобразы маладосці, вітальнасці, абнаўлення, руху, земляробчай працы і язычніцкіх абрадаў. Робяцца вывады пра асаблівасці функцыянавання матыву вясны ў грамадзянска-патрыятычнай, «вытворчай» і інтымнай лірыцы. У выніку вызначаюцца ідэйна-тэматычныя дамінанты лірыкі паэта, у якой знітаваны рэпертурэмы футурызму (услаўленне тэхнікі і прагрэсу, культ маладосці і дынамічнасці, эксперыменты з рытмам і рыфмай), адлюстраванне эстэтыкі і паэтыкі часу сацыялістычных пераўтварэнняў («вытворчая» тэматыка, асаблівы герой-бальшавік), рысы народнай аксіялогіі (замілаванне роднай зямлэй, веданне архаічных земляробчых цыклаў, адносіны да зямлі як да жывой істоты, лірызм пачуццяў паміж юнаком і дзяўчынай).

К л ю ч а в ы я с л о в ы: *П. Броўка; матыў; вясна; абнаўленне; футурызм; сацыялізм; народная аксіялогія.*

The article examines the motif of spring and its embodiment in P. Brouka's poetry of the 1930s. The author of the article clarifies the metaphorical potential of the leitmotif of spring, its invariants and interpretations through the images of youth, vitality, renewal, movement, agricultural work and pagan rites. Conclusions are made about the peculiarities of the functioning of the spring motif in civic-patriotic, "production" and intimate lyrics. As a result, the ideological and thematic dominants of the poet's lyrics are determined, which contain the repertoires of futurism (glorification of technology and progress, cult of youth and dynamism, experiments with rhythm and rhyme), and reflect the aesthetics and poetics of the time of socialist transformations ("production" theme, a special hero-Balshavik), the features of folk axiology (love of the native land, knowledge of archaic agricultural cycles, attitude to the earth as a living being, lyricism of feelings between a young man and a girl).

К e y w o r d s: *P. Brouka; motif; spring; renewal; futurism; socialism; folk axiology.*

У беларускай літаратуры першай трэці ХХ ст. вылучаецца шэраг паэтаў (П. Шукайла, М. Чарот, А. Дудар, А. Александровіч, П. Броўка, М. Танк і інш.), чыя творчасць паяднала і сацыяльна-палітычныя падзеі часу, і мадэрнісцкае пакланенне перад вітальнасцю, адраджэннем, дынамізмам. Гэтыя маладосць і крэатыўная энергія новага ў процівагу цяжкаму мінуламу, духоўнай стомленасці, бяссіллю праявілі сябе ў многіх паэтычных эксперыментах сусветнай літаратуры пачатку ХХ стагоддзя. Вядома, што першапачаткова тэрэтык і практык авангардысцкага мастацтва Т. Марынэці

назваў футурызм менавіта дынамізмам, маючы на ўвазе задачы зафіксаваць энергію руху, хуткасць, напорнасць розных з’яў і аб’ектаў. «В груди у нас огонь, ненависть, скорость!..» [1 с. 162], – адзначаў Марыніці, заклікаючы руйнаваць старое, з варожасцю глядзець на звыклыя традыцыі.

У творчасці беларускіх паэтаў-«маладнякоўцаў» знаходзяць адлюстраванне рэпертуарныя футурыстычныя мадэлі, якія з дапамогай прыёмаў адмысловых формаў, своеасаблівай урбаністычна-тэхналагічнай тэматыкі, арыгінальнай рытмічнай пабудовы верша перадаюць дынаміку ўзрушэння грамадства аж да касмічных маштабаў.

Раннія вершы Петруся Броўкі (1905–1980) увайшлі ў зборнікі «Гады як шторм» (1930), «Прамова фактамі» (1930), «Цэхавыя будні» (1931), «Паэзія» (1932), «Так пачыналася маладосць» (1934), «Прыход героя» (1935), «Вясна радзімы» (1937), «Кацярына» (1938, паэма). Частка вершаў П. Броўкі 1930-х гг. шмат у чым блізкія рыторыцы футурызму У. Маякоўскага, П. Шукайлы, рэвалюцыйнаму пафасу М. Чарота, неарамантычным рэпертурам М. Ціханова і Э. Багрыцкага. Як адзначае У. Гніламёдаў, «энергічнасць, тэмпераментнасць, лозунгавасць» [2, с. 151] адчуваюцца нават у назвах гэтых зборнікаў 1930-х гг. Крытык слухна заўважае: «Паэзія Броўкі 1930-х гадоў – гэта па-маладому страснае, бадзёрае, радаснае сцвярджанне сацыялістычнай явы» [Там жа, с. 157].

Гэтае адчуванне ўздыму, натхнёнасці, яскравага энтузіязму пранізвае чырвонай ніткай пераважную большасць ранніх вершаў П. Броўкі, з’яўляецца вядучым матывам, маціфемай (А. Дандэс) ці, па вызначэнні расійскага літаратуразнаўцы Б. Гаспарова, прыцыпам «**лейтмотивного построения повествования**» (вылучана Б. Гаспаравым. – *Л. С.*) [3, с. 30]. Даследчык мае на ўвазе «принцип, при котором некоторый мотив, раз возникнув, повторяется затем множество раз, выступая при этом каждый раз в новом варианте, новых очертаниях и во все новых сочетаниях с другими мотивами» [Там жа].

Матыў паўстае як адначасова ўстойлівая і зменлівая структура, якая функцыянуе ў працэсе паўтараў за кошт пастаяннай часткі, абавязковай для ўсіх варыянтаў матыву, і варыятыўнай, дапаможнай часткі. Гэтыя семы як другарадны кампанент значэння звычайна абумоўленыя ядром матыву, але менавіта яны ў гэтай іерархізаванай полісістэме забяспечваюць цікавыя аўтарскія варыяцыі, інтэрпрэтацыі, увасабленні за кошт руху ў семантычнай перыферыі.

Семантычнае ядро лейтматыва вясны ўтварае ідэя аб супрацьпастаўленасці старога і новага і неабходнасці дынамізацыі, узрушэння і ўзнаўлення жыцця. Вясна (вітальнасць, абнаўленне, рух, змяненне) адлюстроўваецца ў прыроднай, сацыяльнай і інтымнай сферах.

«Радасна-ўзнёслая паэзія П. Броўкі канца 20-х і пачатку 30-х гадоў блізкая лірыцы маладнякоўцаў агульнасцю літаратурнай мэты – паказаць руйнаванне старога свету і нараджэнне новага» [4, с. 415], – піша М. Мішчанчук. Гэтыя скразны лейтматыў абнаўлення-руйнавання, маціфема

творчасці П. Броўкі шматразова, на розныя лады рэдуплікуецца, праяўляе сябе праз варыянтныя матывы «*майскага рання*» (верш «*Майскім раннем я вас пакідаў...*», 1926) [5, с. 20], свету, «*дня високага, як сонца*» (верш «*Радзіме*») [5, с. 52], промняў, святла, маладосці, «*юнага палку*» (верш «*Наперад маладых*», 1930) [5, с. 36], «*маладых арлянят*» (верш «*Янку Купалу*») [5, с. 47], а таксама вясны ў шматлікіх варыянтах мастацкай трактоўкі (вершы «*Вясновая размова*», 1930 [5, с. 33–34]; «*Мой кірунак*», 1930 [5, с. 35]; «*Красавік*», 1934 [5, с. 55–57]; «*Вясна на стадыёне*», 1934 [5, с. 69–70]; «*На полі першая раса*», 1935 [5, с. 73]; «*Вясной птушыны звонкі лёт*», 1935 [5, с. 75]; «*Садоўнік*», 1935 [5, с. 87–88]; «*Вясна Рэспублікі*», 1935 [5, с. 94–98]; «*Раніца*», 1937 [5, с. 120–121]; «*Палеская дарога*», 1938 [5, с. 125–127]; «*Неўміручы*», 1938 [5, с. 131–132] і мн. інш.). Заяўленыя матывы могуць разглядацца на розных узроўнях мастацкага тэксту як структурна-семантычная адзінка, што праяўляе сябе ў ідэйна-тэматычнай, кампазіцыйнай, персанажнай і г. д. прасторах, форма існавання матыву, тэрміна-«*пратэя*» ў тэксце можа быць практычна любой.

Матыў вясны выразна заяўлены ў ранніх вершах П. Броўкі. У многіх народаў у розныя часы пачаткам года лічылася вясна. Яна прадстаўлена ў творах Броўкі як нараджэнне новага жыцця, уяўляе сабой момант, калі старое саступае дарогу новаму, агонь перамагае холад, а святло – цемру. Патрэбна адзначыць, што шэраг іншых паэтаў у сувязі з вядомымі кастрычніцкімі падзеямі адлік новага пачыналі менавіта з восені, з кастрычніка, аддавалі перавагу грамадзянскаму пафасу і сацыялагізатарскім патрабаванням. У П. Броўкі ўспрыманне веснавога абнаўлення адбываецца згодна архаічным уяўленням хлебараба, селяніна, як у вершы «*Красавік*»:

Вясна. Красавік.

Наліваецца сінімі почкамі сад.

Вясна.

Гэта сонца ўладарна ідзе

Па палях.

Вясна.

Гэта – коні стаяць

Над павышанай нормай аўса.

Вясна –

Гэта грукі ў сцены зямля [5, с. 55].

У вершы сімвалічна злучаюцца праявы нябёсаў (свет, промні, сонечны бляск) і зямлі (трактарны парк, маторы, пашня). Актант у гэтым вершы – брыгадзір, ён, як заўважае У. Гніламёдаў, «*яскрава перадае аблічча і каларыт часу з яго працоўным энтузіязмам*» [2, с. 157]. Але паэт добра памятае, аддаючы даніну футурыстычным рэпертурэмам, пра спрадвечныя веснавыя абрады і звычаі, цесна звязаныя з пачаткам земляробчых работ, з магіяй урадлівасці. Таму брыгадзір, акрылены вясною, выходзіць у поле, а яго фантазія малое яркія карціны працы:

З песняй прамчыць трактарыст.

І будзе ён валам валіць,

І ўдарыць магутнейшы гром,

І першая партыя рос

Кірункамі срэбра зайскрыць

Над пухам глыбокай раллі [5, с. 56].

У радках верша матыў вясны ўвасабляецца цераз жаданне актанта абудзіць жыццёвыя сілы прыроды, даць ім на цэлы год магчымасць праявіцца. Вядома, што па вясне распаўсюджаны абрад хаджэння, ці катання, па свежай траве, па расе, тапання расы. Ён звязаны не толькі з аграрнай магіяй, але і з больш старажытным культам Зямлі, нездарма брыгадзір адухоўлівае яе, бачыць «чорнае цела зямлі», уяўляе, як «зярняты ў зямлі / Напоўняцца сілы вялізнай, / Праз чорныя грудзі праб'юцца» [5, с. 56]. М. Ярош, разважаючы пра асаблівасці творчасці П. Броўкі, піша: «Прастата і празрыстаць яго паэтычнага радка абумоўлены самымі цеснымі, трывалымі сувязямі з класічнымі набыткамі свайго народа» [6, с. 15]. Насамрэч, паэт таленавіта выкарыстоўвае і рэпертуарныя мадэлі вірлівага футырызму (напружаны рытм, магчымасці акцэнтнага верша), і традыцыйныя сродкі мастацкай творчасці (земляробчыя абрады, пачуццё роднай прыроды, тэмы сялянскага жыцця, канкрэтнасць дэталю).

Лірыка П. Броўкі 1930-х гг. поўніцца грамадзянска-публіцыстычнымі вершамі, дзе аўтар паўстае як летапісец вірлівых сацыя-палітычных падзей эпохі. Героі такіх вершаў – цэлае пакаленне, што перажыло рэвалюцыю і вайну, а зараз мае надзею стаць гаспадаром свайго жыцця. Але паэзію П. Броўкі, па словах І. Баўтрэль, «цяжка ўявіць без вобразаў прыроды, якія так ці іначэй прысутнічаюць ці не ва ўсіх найлепшых творах незалежна ад іх жанру, тэмы, ідэйнай задумы і г. д.» [7, с. 9].

Матыў вясны і адраджэння, новага жыцця паэт малюе выразнымі дынамічнымі штрыхамі, абагульняючы характары і абставіны аж да касмічных памераў, звяртаючыся да сродкаў гратэску і супрацьпастаўлення, максімальнай выразнасці. Так, верш «Вясна рэспублікі» заснаваны на кантрасце паміж старым і новым, паміж магільным холадам зімы прошлага жыцця і сонечнай вясной сённяшніх дзён:

Так было, –

Што завеі непраходныя вылі.

Цемра, ноч навакол,

Дзе ні глянь, дзе ні кінь...

Вецер грукнуў усходні

Нястрымнаю сілай,

І пабеглі снягі

Сугрунём да ракі.

Сёння ж сонца

Рэспублікай смелае рушыць [5, с. 94].

Матыў вясны паступова разгортваецца спачатку ў маштабных пейзажных замалёўках, якія напоўнены бясхмарным небам, салаўінымі песнямі, «белым срэбрам яблынь, груш», «свечкамі каштанаў», «поўнымі рэкамі» [5, с. 94–95]. Асаблівая ўвага надаецца і карціне вясны вачыма селяніна-земляроба:

*На калгасных палях
Неспакойнае зерне
Залатымі цвікамі
Прабівае палі [5, с. 95].*

Пры апісанні прасторавага аспекту матыўнага комплексу вясны ў вершы «Вясна рэспублікі» звяртаюць увагу статусныя прыкметы топасаў, якія нясуць у сабе семантыку рэчыўнасці і канкрэтнасці абставін. Вясна і аднаўленне адбываюцца ў гэтым творы ў такіх разнастайных прыродных топасах, як «рэкі», «неба», «лясы», «поле», «шлях», «дарогі», «балоты», «каналы», «сады» [5, с. 94–98], а таксама ў канкрэтна-геаграфічных локусах, што сімвалізуюць інтэрнацыянальнае яднанне барацьбітоў за новае жыццё: «З Украіны, / З-над Волгі, / З Дагестана далёкага» [5, с. 95]. Важна, што вядучы актанта верша – палымяны бальшавік, з яго пазіцыі згаданыя топасы паўстаюць як свае, родныя, спрыяльныя.

Матыўны комплекс вясны паэт разгортвае і ў часовай перспектыве, успамінаючы герояў мінулага, што здабывалі новае жыццё цаною свайго асабістага, услаўляючы пераможную працу сённяшняга пакалення «брыгадзіраў, калгаснікаў, бальшавікоў»:

*Нашы дні абагналі
Старыя вякі,
Бо адменнага складу
Выраслі людзі
З гордым іменем цвёрдым –
Бальшавікі [5, с. 97].*

Гэтыя знешнія абставіны «каласуючай зямлі», «трактароў», «самалётаў», «турбін» [5, с. 97–98] прывядуць, на думку актанта верша, да ўнутранага пераўтварэння асобы, з’яўлення «новага чалавека». Пяшчоты сонца і новага дня абяцае П. Броўка «дзецям шчасным нашым», «малагодкам» [5, с. 98], іх будучыня малоецця асабліва радаснай.

Гэтая надзвычайная дакладнасць апісанняў, хранатопу, дэтальнасць ва ўзнаўленні малюнкаў роднай зямлі таксама праявілі сябе і ў вершы «Садоўнік» (1935), дзе паэт распавядае пра шчасце чалавека працы, які назірае за веснавым абуджэннем сада, адчувае гармонію змены гадавых цыклаў. Важна і тое, што герой верша, майстра-садоўнік, разумее сябе неад’емнай часткай гэтых прыродных працэсаў, яго працавітыя рукі і вопыт нараджаюць заўтрашні дзень сада, ён песціць дрэвы, а значыцца, стварае вясну, абуджае сілы дрэваў:

*Многа яблынь у садзе,
Каля плота прыніклі кусты.
Танканогія вішні
Абступілі вакол,
Грушы ўзнялі галовы,
І на голлі зялёным, густым
Захісталася возера цвету,
Беллю выслала дол.*

*Гэта шум сакавітай зямлі,
Свежай, поўнае сілы,
Пралятае па струнах кары,
Песні сонца бярэ...
І займаецца першая завязь,
Абсыпаючы беляя крыллі...
Ходзіць садам садоўнік
Шчаслівы між дрэў [5, с. 69].*

Як сведчыць назва верша «Вясна на стадыёне» (1934), паэт малюе вясну ў асаблівым месцы, на спартыўнай пляцоўцы, дзе ўладарыць спрыт, хуткасць, энергія і маладосць. Твор таксама заснаваны на матыве веснавога ўзрушэння, але падтрымліваецца ён своеасаблівымі вобразамі фізічнай паўнаты жыцця, здароўя, моцы, весялосці. Верш дэманструе характэрную савецкім ідэалагемам «вытворчую» тэматыку з асаблівым станоўчым героем, вобразамі ўсеагульнага шчасця, калектывізма, узаемадапамогай, спалучае іх з футурысцкімі рэпертурэмамі вітальнасці, дынамізму, маладой энергіі:

<i>Планёры дружнай стайкай</i>	<i>Ах, маладосць, як жарты,</i>
<i>Прамчаліся ў разгоне,</i>	<i>Як смех і радасць звоняць, –</i>
<i>Глядзі, у зялёных майках</i>	<i>Рыхтуем ся ў парта</i>
<i>На вуліцы калоны.</i>	<i>Да працы, абароны.</i>
<i>Вясна на стадыёне!</i>	<i>Вясна на стадыёне!</i>
<i>Вясна на стадыёне!</i>	<i>Вясна на стадыёне! [5, с. 69].</i>

Майстэрства П. Броўкі-лірыка, адметныя ўзоры інтымных вершаў, створаных на хвалі шчырасці і пяшчоты (напрыклад, вершы «Пахне чабор», «Александрына», «Ты мне здавалася адзінай...»), сфарміруюцца пазней, але ўжо ў ранніх творах знаходзяцца прыклады пранікнёнасці, тонкай псіхалагізацыі, удалага выяўлення пачуццяў юнака і дзяўчыны. Матыў вясны набывае ў вершы «На полі першая раса» (1935) асаблівае напаяненне. Паэт стварае гімнічны спеў маладосці і першаму пачуццю кахання:

На полі першая раса.
І сталі яблыкі цвісці...
Мы толькі ўвайшлі ў сад,
Як многа нам з табой ісці [5, с. 73].

Верш гучыць абяцаннем шчасця, веснавымі спадзяваннямі, радасцю ад магчымасцяў юнака і дзяўчыны, якім «вучыцца, жыць, спяваць, расці». Актант з замілаваннем гаворыць аб доўгіх шляхах па вясновым садзе маладога жыцця:

Шляхоў у нас прыгожых шмат,
Над імі зоры ўсплылі.
Які прыгожы гэты сад.
Куды мы толькі ўвайшлі! [5, с. 73].

Безумоўна, у творы выкарыстоўваюцца архетыпічныя вобразы. Напрыклад, «прыго-жыя шляхі», якія чакаюць герояў гэтага верша, маюць выразныя перазовы з вобразам дарогі, падарожжа, што ў славянскай касмасофіі займае адно з важных месцаў. Дарога тут атаясамліваецца і з жыццём і яго перспектывамі, і з амбівалентным топасам, які адначасова злучае і падзяляе свет на «сваё» і «чужое». Дарога можа трактавацца і праз апазіцыйную пару «жыццё–смерць», што ляжыць у аснове многіх абрадавых комплексаў, пры гэтым матыў падарожжа як пераходу ў іншы стан займае ў іх найважнейшае месца. У дарозе герояў чакаюць выпрабаванні, падарожжа паўстае і як шлях да самога сябе, спазнання ісціны. Малады вясновы настрой закаханых абяцае ім ідэальны шлях, асвечаны зорамі і сагрэты цеплынёй рук.

Узгадваецца ў вершы «На полі першая раса» і архаічны вобраз сада як райскага месца. Сад, у адрозненне ад іншых топасаў, традыцыйна малюецца як месца абмежаванае і выдзеленае ад навакольнай, непрыязнай чалавеку прасторы. Вядома, што ў славянскім фальклоры сімваламі радасці, шчасця, дабра з'яўляўся квітнеючы сад, дзе зелянеюць дрэвы і цвітуць кветкі. Гэтая традыцыйная сімволіка дарогі і саду, матыў вясны, выкарыстаныя П. Броўкам, маюць перазовы з рэпертурэмамі савецкага «праекта»: пафасам стваральнага энтузіязму, самаадданай веры ў заўтрашні дзень.

Прадаўжэнне лірычнага ўвасаблення матыву вясны – верш «Вясной птушыны звонкі лёт...», які малюе амаль старажытна-архаічны паэтычны свет адзінства чалавека і прыроды:

*Вясной птушыны звонкі лёт
І белы па садах агонь,
І, як дзявочы карагод,
Чаромхі кругам ля акон [5, с. 75].*

У вершы выразна адухоўлены з'явы навакольнай рэчаіснасці, створаны вобраз хараства бурлівай вясны. Гэтая гарманічная злітнасць з прыродай у вершы П. Броўкі малюецца як апора для чалавека і крыніца яго сіл. У творы шматкроць паўтараюцца вобразы карагода, вянка, круга як вечнага аднаўлення, а архаічны абрад пляцення вянкаў з кветак, апісаны паэтам, – таксама сімвал сонца, узнаўлення жыцця, плоданапашэння зямлі. Аўтар упэўнены, што ў новым жыцці больш не будзе цяжкасцей і выпрабаванняў:

*Пяюць сяброўкі, Плятуць з рамонкамі яшчэ,
З медуницы Каб потым шчасце адружыць,
Вянкi прыгожыя плятуць. Ніколі болей на рацэ
Пра лёс не трэба варажыць [5, с. 75].*

Вясеннія кветкі – рамонкі і медуницы, што згадвае П. Броўка ў вершы «Вясной птушыны звонкі лёт», маюць сваю трывалую сімвалічную канатацыю, у славян гэтыя флоравобразы звязаны з сонцам, радасцю, юнацтвам і чысцінёй.

Намі выяўлена, што ў вершах П. Броўкі 1930-х гг., дзе рэалізуецца матыў вясны, новага жыцця, вобразы прыроды сугучныя з перажываннямі, псіхалагічным настроем чалавека (брыгадзіра, садоўніка, трактарыста, спартсмена, камунара, рабочага, бальшавіка, камсамольца і г. д.), маладога героя часу сацыялістычных пераўтварэнняў. Вясна мае арыгінальную канатацыю ў вершах грамадзянскага накірунку, яна атаясамліваецца з грамадскімі і сацыя-палітычнымі зменамі, выклікае ў актанта душэўны ўздым, стан захопленасці, закаханасці ў новае жыццё.

Зварот П. Броўкі да матыву вясны, аднаўлення на розных узроўнях мастацкага тэксту рэалізуе некалькі мэтаў: адлюстроўвае як дамінанты эстэтыкі і паэтыкі футурызму (услаўленне тэхнікі і прагрэсу, культ маладосці і дынамічнасці, эксперыменты с рытмам і рыфмай), так і рысы народнай аксіялогіі (замілаванне роднай зямлёй, веданне архаічных земляробчых цыклаў, адносіны да зямлі як да жывой істоты, лірызм пачуццяў паміж юнаком і дзяўчынай).

ЛІТАРАТУРА

1. *Маринетти, Ф. Т.* Первый манифест футуризма / Ф. Т. Маринетти // Называть вещи своими именами: Программные выступления мастеров западноевропейской литературы. – М. : Прогресс, 1986. – С. 158–162.
2. *Гніламёдаў, У. В.* Упоравень з векам / У. В. Гніламёдаў. – Мінск : Мастацкая літаратура, 1976. – 272 с.
3. *Гаспаров, Б.* Литературные лейтмотивы. Очерки по русской литературе XX века / Б. Гаспаров. – М. : Наука, 1993. – 304 с.
4. *Мішчанчук, М.* Пятрусь Броўка / М. Мішчанчук // Гісторыя беларускай літаратуры XX стагоддзя : у 4 т. / Нац. акад. навук Беларусі ; Ін-т літаратуры імя Я. Купалы. – Мінск : Беларуская навука, 1999. – Т. 2. – 903 с.
5. *Броўка, П.* Збор твораў у 4 т. / П. Броўка. – Мінск : Беларусь, 1965. – Т. 1 : Вершы і паэмы 1926–1940 гг. – 356 с.
6. *Ярош, М.* Пятрусь Броўка: Нарыс жыцця і творчасці / М. Ярош. – Мінск : Нар. асвета, 1981. – 120 с.
7. *Баўтрэль, І.* Паэзія Петруся Броўкі: дарога да мастацтва / І. Баўтрэль // Роднае слова. – 2010. – № 6. – С. 8–12.

Поступила в редакцию 10.05.2022

Эйюбова Рена Гаджибала гызы
кандидат филологических наук,
доцент кафедры Теории
и мировой литературы
Бакинский Славянский университет
Баку, Азербайджан

Rana Hajibala Eyyubova
PhD in Philology, Associate Professor
Academic Department
of Theory and World Literature
Baku Slavic University
Baku, Azerbaijan
rana.ayyubova.h@bsu-uni.edu.az

ФУНКЦИОНАЛЬНАЯ РОЛЬ ЗВУКОВОГО ФОНА В ДРАМАТУРГИИ
(на материале пьес азербайджанских драматургов)

FUNCTIONAL ROLE OF BACKGROUND SOUND IN DRAMA
(Based on the Plays of Azerbaijani Dramatists)

Субъективно-личностное отношение автора к изображаемому в драматургии, где авторское слово, как известно, сведено к минимуму, находит свое выражение через ряд приемов, среди которых особое место занимает введение в художественную ткань пьесы звукового фона: шумов, музыки. В настоящей статье анализируется функция звукового фона в пьесах азербайджанских драматургов И. Эфендиева, Р. Ибрагимбекова, К. Абдуллы и резюмируется, что звуковой фон в рассматриваемом материале способствует как раскрытию авторского замысла, так и выявлению характеров героев, их настроения и переживаний.

Ключевые слова: пьеса; музыка; шум; азербайджанская драматургия; функциональная роль; авторский замысел.

The subjective-personal attitude of the author to what is depicted in a work of drama, where the author's word, as is known, is reduced to a minimum, finds its expression through a number of techniques, among which a special place is occupied by the introduction of a sound background into the artistic fabric of the play – noise or music. This article analyzes the function of the sound background in the plays of the Azerbaijani playwrights I. Efendiyev, R. Ibragimbekov, K. Abdulla, and concludes that the sound background in the dramatic works considered contributes both to the disclosure of the author's intention and to the identification of the heroes' characters and their moods and experiences.

Key words: play; music; noise; Azerbaijani dramaturgy; functional role; author's intention.

Как известно, спецификой драматургического рода литературы является сведение авторского слова к минимуму. Однако субъективно-личностное отношение автора к изображаемому находит свое выражение через ряд интересных приемов – это ремарки, список действующих лиц, ретроспективный показ событий и пр. Среди них особое место занимает введение в художественную ткань пьесы звукового фона: шумов, музыки, которые, играя служебную роль, в то же время формируют и образ действительности.

Надо сказать, что впервые расширение функции шумов и музыки, связанное с активизацией субъективно-личностного отношения автора к изображаемому, наблюдается в драматургии начала XX в. в пьесах

Г. Гауптмана и А. П. Чехова, «В “Вишневом саду”», – пишет В. Сахновский-Панкеев, – Чехов указал тринадцать музыкальных номеров и каждый из них полон образного смысла: епиходовская игра на гитаре, и пастушеская свирель, и колыбельная песня Шарлотты и т.д. Немыслим “Вишневый сад”, где на “звонят ключи” Лопахина, где траурным аккордом не отдается в сердце “звук лопнувшей струны”: “Слышится отдаленный звук, точно с неба, звук лопнувшей струны, замирающий, печальный. Наступает тишина и только слышно, как далеко в саду топором стучат по дереву”. Это последние звуки, которые мы слышим в спектакле. Их не заменить словами. Они в контексте пьесы значат не меньше, чем слова» [1].

Традиции Чехова, как известно, нашли свое творческое развитие в произведениях современных драматургов. Функции звуков, музыки у некоторых авторов значительно расширяются; они становятся совершенно необходимыми для полноценного восприятия авторского замысла, как бы превращаясь в «действующее лицо» драмы. К звуковому фону как к средству выражения авторской позиции обращаются и азербайджанские драматурги. Так музыка занимает важное место в пьесах народного писателя Азербайджана И. Эфендиева. Песня сопровождает почти все его драмы, становясь лейтмотивом. Она может звучать за сценой («Ты всегда со мной») либо может быть исполнена персонажем в ходе спектакля («Не могу забыть», «Песня остается в горах»), но в обоих случаях она призвана передать авторскую мысль.

В пьесе «Ты всегда со мной» музыка связана с эмоциональным содержанием пьесы. Она сопровождает героев в самые напряженные минуты их жизни, их раздумий. Она делает понятней и осязательней настроения героев, в безмолвных сценах поддерживает контакт сцены со зрителем, иногда говорит о том, что не решаются сказать и прячут за прозой фраз герои. Порой музыка выступает как персонаж от автора и, обращаясь непосредственно к зрителю, рассказывает о героях. Вечная, как сама жизнь, проблема любви и долга, человеческого счастья и одиночества раскрыта на музыкальном фоне, как нельзя лучше передающем внутреннее состояние персонажей. Например, *Гасан-заде проходит к себе на веранду, останавливается. Достает папирсы. Курит глубокими, частыми затяжками, задумчиво поглядывает на свисающие над верандой веточки ивы... Он погружен в свои невеселые думы. Где-то вдалеке возникает тихая музыка. Кажется, что она звучит с незапамятных времен и будет звучать вечно* [2]. Автор не раз возвращается к этой мелодии, олицетворяющей непреходящие чувства и страдания: *Слышится негромкая музыка. И снова кажется, что звучит она со дня сотворения мира и будет звучать всегда* [2]. Эта же музыка завершает пьесу, когда читатель-зритель прощается с героем, сделавшим для себя очень нелегкий выбор между пробудившейся любовью к Наргиле, сулящей ему радость и счастье, и чувством ответственности перед ее будущим. Отмечая вечное звучание мелодии, автор как бы подчеркивает вечное, непрекращающееся движение жизни, нетленность высоких человеческих чувств, все время обновляющих эту жизнь. Отсюда и решение Гасан-

заде расстаться с близким и родным ему человеком кажется неокончательным. Музыка звучит в унисон с репликой героя: «Остальное сделает жизнь...».

И. Эфендиев не дает окончательную оценку выбора своего героя. Он хорошо понимает его колебания и сомнения, разделяет его мнение о том, что Наргиля может быть более счастлива со своим сверстником Рашидом, влюбленным в нее. Для более отчетливого выражения своих мыслей, он вновь прибегает к помощи песни. Звучащая за кулисами песня «Карагиля» (близкая по звучанию имени героини), в которой юноша изливает свои чувства, раздражает Наргилю, доводит ее до иступления, но это, возможно, психологическая реакция как раз на возможность ответного чувства. Неслучайно она в состоянии нервного возбуждения кричит: «Я не хочу никого любить» (Выделено нами. – Р. Э.).

Иную миссию выполняет музыка в пьесе И. Эфендиева «Не могу забыть». Пьеса эта о любви – чистой, светлой, но, к сожалению, обреченной на разрыв, потому что он – молодой юрист Камран – твердо решил после окончания университета вернуться к себе на родину, в Борчалинскую район Грузии, где его ждут нуждающиеся в нем земляки, а она – юная избалованная дочь профессора Нармин, попав под влияние матери, зараженной мещанской психологией, отказывается ехать с ним. В пьесе несколько раз звучит песня, которую поет Нармин. Это любимая песня Камрана, где поется о верности, о любви, о том, что какие бы испытания ни выпали на их долю, она готова выдержать их во имя любви, о том, что ей не нужна усыпанная цветами дорога, если нет любимого рядом и т.п. Песня, в которой воплощен идеал любви и которую так искренне поет Нармин, вступает в контраст с решением героини расстаться с Камраном и выйти замуж за блистательного Джамиля, талантливого ученого, красавца, которому, к сожалению, не хватает, как говорил Белинский, «нравственного образования», «делающего человека просто человеком» [3].

Если в этой пьесе Нармин только лишь начинает осознавать свою ошибку, испытывает первые муки раскаяния, то в пьесе «Причудливая наша судьба», написанной автором двадцать лет спустя и продолжающей рассказ о жизненном пути героев, мы видим, что за все двадцать лет Нармин не смогла забыть свою первую любовь, которая отдавалась острой болью в сердце и в прямом и переносном смысле. На протяжении всей пьесы опять звучит та же песня, напоминая о тех безвозвратно ушедших днях, когда она не смогла удержать своего счастья.

Пьесу И. Эфендиева можно было бы сопоставить с пьесой молдавского драматурга Ф. Видрашку «Две жизни и третья», где также через все содержание проходит трагическая грусть о недостигнутом. Правда, причины, по которым расстаются влюбленные у Эфендиева и Видрашку разные: если Нармин в общем-то свой выбор сделала сама, то Викторину и Лилияна, разлучают обстоятельства, перед которыми они бессильны. Но и Нармин, и Лилиян, как бы внешне благополучно ни сложились их жизни, не находят

внутреннего покоя. «Когда нет настоящей жизни, то живут миражами» [1] – говорил герой пьесы А. П. Чехова «Дядя Ваня» Иван Войницкий. Так, собственно говоря, случилось с Нармин и Лилияном. Для передачи душевного состояния своих героев и Эфендиев, и Видрашку обращаются к песне. Что бы ни делал Лилиян, в его душе звучит песня их молодости: «Вечером луна лишь встанет, как любовь рукою манит». Все трудности и успехи, радость и грусть Лилиян мысленно делит только с Викторией. Но у Эфендиева, в отличие от Видрашку, который в песне, исполненной в финале дочерью Викторией, проводит мысль о преемственности лучших чайных, о переходе от старшего к младшему поколению вечно живого факела надежды на счастье, трагический момент усугубляется тяжелой болезнью сердца Нармин, ощущением ею своей вины (*Сердце, мысли мои с тобой. Всюду я вижу тебя. По ночам, когда ветер шуршит листвой, я слышу твой шепот. Мне кажется, будто ты зовешь меня. Я нигде не нахожу покоя* [2]).

Если при первом исполнении песни Нармин еще искренне верила в то, что сможет пойти за любимым по тернистым тропам жизни и поэтому песня звучала весело и жизнерадостно, то потом, когда она слышна в магнитофонной записи на сцене и за кулисами, она только наводит на грустные размышления. Драматург не торопится осуждать свою героиню. Он ей просто сочувствует и как бы предупреждает читателя-зрителя, что измена самому себе всю жизнь будет напоминать о себе болью воспоминаний, несбывшегося счастья. Функциональная роль песни здесь заключена прежде всего в том, чтобы довести авторскую мысль более отчетливо, усилить ее эмоциональное восприятие.

Одной из тем пьесы «Не могу забыть» является тема любви к родине. Человек, вынужденный жить вдали от родины, никогда не сможет почувствовать себя истинно счастливым – эта мысль находит воплощение в образе Камрана, который, как уже было сказано, в нелегкой борьбе между любовью и долгом перед родиной и народом, выбрал долг. Но у Камрана была возможность выбора. Гораздо трагичнее тема разлуки с родиной проявляется в судьбах профессора Мовсум-заде и его шофера Керема – выходцев из Южного Азербайджана, которые в период написания пьесы даже мечтать не смели о том, чтобы хоть раз увидеть родную землю. Свою тоску они утоляют лишь тем, что часто с грустью смотрят на противоположный берег Аракса и предаются воспоминаниям. Эмоциональное воздействие этих сцен многократно усиливается введением музыкального фона – задушевной, старинной южно-азербайджанской песни, которая звучит и за сценой, как бы оживляя воспоминания, и на сцене в исполнении двух пожилых людей. В этой песне – боль их души, отчаяние от невозможности прикоснуться к земле, на которой они родились и выросли.

Выше мы уже отмечали, что у истоков широкого использования музыки в драматическом произведении стоял А. П. Чехов. Но если у русского драматурга музыка была главным средством раскрытия характеров, то

у Эфендиева она звучит как бы поверх характеров, как форма авторского сознания, своим собственным ритмом задающая тон пьесе, создающая эмоциональную атмосферу ее.

Посредством народных песен, которые звучат почти во всех пьесах И. Эфендиева, передается и национальный колорит. Особое место народная песня занимает и в пьесе «Песня остается в горах». Любимая в народе песня «Охотник, не стреляй в меня», молящая о милосердии, сострадании, отражала настроение Шахназ, ее несбывшиеся мечты, боль и сомнения. «Музыкальный лейтмотив – народная песня “Охотник, не стреляй в меня”, – проходит через всю пьесу, объединяет Шахназ и Ниджата, является как бы символом их чистых, поэтических, нежных отношений. Звучащая в устах Шахназ, эта песня во многом объясняет истоки ее высоких нравственных качеств... Эти истоки – в ощущении кровного родства с народом, в любви к его поэзии, музыке. Именно к этой простой, немудреной песенке обращается Шахназ и в минуты радости, и в минуты печали. Песня, представляя своеобразный лирический фон, одновременно становится одним из важных принципов раскрытия внутреннего состояния героини» [4], – пишет Б. С. Мусаева.

Отмечая справедливость вышеприведенных слов, хотелось бы только добавить, что роль песни в данном случае не ограничивается лишь раскрытием характера, но и выражает авторское отношение к изображаемым событиям. Образ марала, стенающего о милосердии, на наш взгляд, ассоциируется с образом самой Шахназ, не по своей воле втянутой в круговорот непримиримой вражды между любимыми ею существами и обреченной на гибель безысходностью ситуации. Отсюда вытекает объективный, не зависящий от идеологической приверженности драматурга взгляд на революционные события, несущие с собой, наряду с определенными положительными моментами, и трагедии, смерти, уничтожение красоты, нарушение гармонии.

Своеобразно используется музыка в пьесах всемирно известного азербайджанского драматурга Р. Ибрагимбекова. Она у него встречается не столь часто, но всегда заключает в себе символический смысл. Одна из его пьес «музыкальна» уже в самом названии – «Под музыку Вивальди». Сюжет пьесы построен на материале партизанского движения в Югославии в период Второй мировой войны. Но обращение к уже ставшим историей военным временам явилось для автора поводом к постановке важных для современности нравственных проблем, к размышлениям о вопросах жизни и смерти, войны и мира. Чарующие звуки музыки гениального Вивальди, располагающие к миру, любви, красоте резко контрастируют с разворачивающимися событиями, где льется кровь, обрываются жизни, и в этом контрасте – осуждение противоестественности войн, утверждение ценности жизни и мира на земле, тревога за будущее человечества.

Извечное стремление человека к красоте, никак не совместимое с враждой, войнами, облагораживающая роль искусства в становлении

человеческой личности стала одной из важных тем пьесы Р. Ибрагимбекова «Прикосновение». Главный герой пьесы – простой русский парень из Баку, маляр-альфрейщик Андрей с самого детства тянется к прекрасному. Он до самозабвения любит музыку, живопись и в полном смысле слова отдает жизнь за спасение шедевров живописи, которые фашисты готовятся сжечь. Малообразованный, не сведущий в искусстве Андрей (не понимая искусства французских импрессионистов, он считает, что они «потекли» из-за сырости), интуитивно, сердцем почувствовал ценность картин, найденных в церквушке и спасти он их хотел главным образом для того, «чтобы каждый посмотреть на них мог, порадоваться». Услышанный еще в раннем детстве «Танец маленьких лебедей» из бессмертного творения П. И. Чайковского стал для Андрея олицетворением прекрасного, недостижимой мечтой. Не случайно, что эта музыка проходит через всю пьесу, воплощая в себе и пронзительную любовь героя к жизни и красоте, и боль за несбывшиеся мечты. В ремарке, отражающей последние минуты жизни Андрея драматург пишет: *...Андрей вдруг подался корпусом вперед, будто пули толкнули его, он стоит упершись головой и из последних сил пытается снять картину... «Андрей, – кричит Адалат, – Андрей!» Но он уже не слышит его и падает на землю, так и не выпустив из рук картину. Единственное, что еще связывает его с жизнью, это звучащая в ушах музыка из балета Чайковского «Лебединое озеро» [5].* Здесь музыка, органично вплетенная в контекст пьесы, с одной стороны, позволяет понять характер героя, состояние его души, а с другой – функция ее шире, т.е. как и в пьесе, о которой шла речь выше, музыка служит наиболее яркому, эмоциональному выявлению авторской позиции, заключающейся в утверждении того, что красота, искусство, говоря словами Ф. М. Достоевского, может и должна спасти мир, раздираемый противоречащими человеческой сущности жестокими войнами.

Важную художественную функцию выражения авторской позиции в драматургии берет на себя не только музыка, но и различные шумы, звуки. Интерес в этом плане представляет собой пьеса Р. Ибрагимбекова «Парк». Шум карьера, сопровождающий все действие, не имеет прямой связи с событиями пьесы, но автор олицетворил в нем ту страшную, косную, тупую силу, которая поднимает под себя светлые мечтания главного героя – Марата, который хочет видеть на месте карьера парк с озером, с лебедями, рестораном, лодочной станцией. Мечта его лейтмотивом проходит через всю пьесу. Шум же, резкий, неприятный, грозной силой стоит на пути к осуществлению этой мечты. В завершающей пьесу ремарке драматург показывает картину, представляемую героем: *... пруд с плавающими по нему белыми лодками, деревянный ресторанчик на берегу и парк... Роскошный, зеленый парк, уходящий во все стороны, до самого горизонта, до самого края земли... А шум карьера то постоянно стихает, то вновь угрожающе взмывает вверх... [6].*

В противопоставлении мечты и шума – тревога автора за то, что Марату с его интеллигентностью, незащищенностью, порядочностью будет нелегко противостоять тому бездуховному, косному, что грядет на город.

Отражение авторской позиции посредством музыки, шумов можно наблюдать в творчестве яркого, оригинального драматурга, народного писателя Азербайджана К. Абдуллы [7]. Войдя в драматургию в середине 90-х гг., К. Абдулла сразу же привлек к себе внимание и режиссеров, поклонников этого рода литературы, и исследователей. Насыщая свои произведения глубоким философским смыслом, К. Абдулла обращается к таким извечным общечеловеческим проблемам, как борьба Добра и Зла, Света и Тьмы, Жизни и Смерти, Памяти и Забвения, Любви и Коварства и ищет для выражения своих замыслов новые, достаточно смелые, экспериментальные художественные формы. В этих поисках заметное место занимают музыка, свет, цвет, которые выражают то, что не передается в слове, что дополняет его значение. Склонность драматурга к философскому мышлению, надбытовому ведет к метафорической образности, тесно связанной с музыкой, причудливыми танцами разноцветных лучей света и т.п. Так, в пьесе «*Nərdən mənə mələk də deyirlər*» («Иногда меня называют ангелом»), где автор с современных позиций обращается к извечной теме Фауста и Мефистофеля, через все действие проходит музыка, которая так охарактеризована драматургом: *Слышится тихая, как бы завершая издали музыка, леденящая душу, напоминающая, что все в этом мире пусто и бессмысленно* (Перевод наш. – Р. Э.).

Авторское отношение к героям проявляется в своеобразном соединении слова и звука, музыки и танца. В самые напряженные минуты развития действия, когда Юноше надо принять решение: отдать ли все свои творения Мужчине, под обликом которого скрывается Дьявол, Мефистофель, за жизнь, полную комфорта и благополучия; когда он задумывается над вечным вопросом бытия, думы его материализуются в образе разноцветных пучков света, и начинается бурная пляска цветов. В тот момент, когда он идет на компромисс с Мужчиной, когда предает свое вдохновение, музыка, как бы передавая реакцию самого автора, скорее – предупреждение автора, приобретает страшное, морозящее кожу звучание.

Резюмируя вышесказанное, можно сделать следующие выводы:

- продолжая и творчески развивая традиции выдающихся драматургов прошлого, в частности А. П. Чехова, азербайджанские драматурги широко использовали возможности звукового фона для наиболее полной передачи авторского замысла, раскрытия психологического состояния героев.

- звуковой фон в пьесах азербайджанских драматургов представлен в различной форме. Это может быть мелодия, звучащая за кулисами, или песня, исполняемая героями непосредственно на сцене (И. Эфендиев «Ты всегда со мной», «Не могу забыть», Р. Ибрагимбеков «Под музыку Вивальди»,

«Прикосновение»); шум, грохот (Р. Ибрагимбеков «Парк»), а иной раз – переплетение музыкального фона с игрой света (К. Абдулла «Иногда меня называют ангелом»).

• палитра функций, выполняемых звуковым фоном в пьесах азербайджанских драматургов, достаточно разнообразна – от раскрытия душевного состояния героев до гуманистического отрицания войны как противоречащей законам жизни

ЛИТЕРАТУРА

1. *Сахновский-Панкеев, В. А.* Драма. Конфликт. Композиция. Сценическая жизнь / В. А. Сахновский-Панкеев. – М.-Л. : Искусство., 1969. – 232 с.
2. *Эфендиев, И.* Пьесы / И. Эфендиев. – Баку : Гянджлик, 1984. – 331 с.
3. *Белинский, В. Г.* Собр. соч.: в 3 т. / В. Г. Белинский. – М. : Гос. политиздат, 1948. – Т. 3. – 456 с.
4. *Мусаева, Б. С.* О прошлом – во имя будущего / Б. С. Мусаева. – Баку : Элм, 1992. – 180 с.
5. *Ибрагимбеков, Р.* Прикосновение / Р. Ибрагимов. – М. : Искусство, 1977. – 376 с.
6. *Ибрагимбеков, Р.* Кабинетная история. Пьесы / Р. Ибрагимов. – Баку : Гянджлик, 1995. – 211с.
7. *Абдулла, К.* Все мои печали (сборник пьес). – Баку : Мутарджим, 2009. – 404 с.

Поступила в редакцию 24.05.2022

УДК: 82.09

Шудейко Мария Николаевна
аспирант кафедры зарубежной литературы
Минский государственный
лингвистический университет
г. Минск, Беларусь

Maria Shudeiko
PhD student
of World Literature Department
Minsk State Linguistic University
Minsk, Belarus
angst.beim.wald@gmail.com

ПОНЯТИЕ МИСТИЧЕСКОГО В ЛИТЕРАТУРЕ И ЕГО ОТРАЖЕНИЕ В ПРОЗЕ

THE NOTION OF THE MYSTICAL IN LITERATURE AND ITS REFLECTION IN PROSE

Статья рассматривает понятие мистического в литературоведении. Автор формулирует его определение и обосновывает применение данного термина в отношении литературных произведений, проследив историю становления категории мистического и выделив ее основные отличительные черты в прозе.

Ключевые слова: категория мистического; жанровая форма мистической литературы; фантастическая литература; готическая проза; литература ужасов.

The article examines the concept of the mystical in literary criticism. The author formulates its definition and substantiates the use of this term in relation to literary works, tracing the history of the formation of the mystical category and highlighting its main distinctive features in prose.

Key words: category of mysticism; genre of mystical literature; fantastic literature; gothic prose; horror literature.

Слово *мистика* – греческого происхождения, *mystika* в переводе означает ‘таинственные обряды, таинство’. В современной интерпретации под мистикой принято понимать веру в таинственное, сверхъестественное, в возможность общения человека с потусторонним миром [1]. Мистика не является особой сферой реальности, но представляет собой специфическую форму отношения к повседневной действительности [2].

Если рассматривать мистику как непосредственно веру в сверхъестественное, в таком случае следует назвать мистицизм ее теоретическим обоснованием – учением и методологией [1]. Мистицизм представляет собой единство психологической и культурно-исторической составляющих жизни общества. То есть, мистика – это социокультурный феномен [2].

Мистическое функционирует как источник тайного знания, вневременных учений и вечных истин [3]. Согласно Виттгенштейну, понятие мистического рождается из восприятия человеком существования мира как феномена, наполненного смыслом и значимостью. То есть, мистика является неотъемлемым элементом всех мировых религий, оказывая таким образом непосредственное влияние на культуру в общем и искусство в частности.

Говоря о мистике и мистическом, представляется необходимым рассмотреть понятие *мистического опыта*. Д. В. Сурков так определяет данное понятие: «Мистический опыт является непосредственным актом переживания единения человека с Абсолютом, в дальнейшем, как правило закрепленный в устной или письменной форме» [1, с. 132]. В своем исследовании И. Е. Кривых отмечает, что «мистические истины не существуют в виде отдельных структур, но образуют литературный аппарат текста» [2, с. 10]. Ю. А. Степанчук, в свою очередь, утверждает, что мистическое мироощущение является подосновой художественного творчества; при этом для оформления мистического опыта может использоваться даже индивидуальное мифотворчество. По ее мнению, любой мистический текст имеет две цели – выражение пережитого опыта и заражение им другого (адресата). То есть, результатом переживания мистического опыта в большинстве случаев будет являться текст (зачастую художественный), что дает нам основание выделить жанровую форму мистической литературы [4].

Некоторые исследователи мистического [4; 5; 6] выделяют отличительные черты мистических переживаний, среди которых стоит отметить следующие: неизреченность (неспособность вербализировать пережитое, или языковой барьер); интуитивность (внутреннее просветление, закрытое для рассудка); бездеятельность воли (как результат воздействия на нее высшей силы); вопрос реальности (невозможность осознать данный опыт с точки зрения логики, его принадлежность к субъективным переживаниям); единство противоположностей (слияние взаимоисключающих или противодействующих понятий и явлений). Таким образом, можно говорить о суггестивности и парадоксальности мистической литературы в целом [7].

Понятия мистицизма и оккультизма часто считаются синонимичными. Однако в то время как оккультизм имеет своей целью овладение тайным знанием и приобщение к кругу избранных, обладающих этим знанием, мистицизм стремится именно к переживанию потустороннего опыта, не обязательно влекущему за собой познание [4].

Не следует также отождествлять понятия мистической и фантастической литературы. Как утверждает Цв. Тодоров в своей работе «Введение в фантастическую литературу», эффект фантастического создает «колебание, испытываемое человеком, которому знакомы лишь законы природы, когда он наблюдает явления, кажущиеся сверхъестественными» [8, с. 25]. Согласно его классификации, если колебания сменяются принятием человеком одной из сторон – верой в сверхъестественное либо же рациональным объяснением происходящего, мы уже имеем дело со сферой чудесного или необычного соответственно [8, с. 26]. В свою очередь, мистика – это вера в существование сверхъестественных сил, с которыми связан человек. То есть, в отличие от эффекта фантастического, мистическое не предполагает неуверенность и пограничное состояние между чудесным и необычным.

В истории мировой литературы мистическое раскрывалось в различных эстетических формах. Самой древней формой мистического в литературе

является миф. Своеобразием мифологической мистики является то, что раскрывается она в полноценных, чувственно-телесных формах материального мира; это – чудесная реальность. Истоки мистической литературы также следует искать в произведениях древнего мира, где основными жанрами были философские тексты, сказки, легенды и героический эпос, что отражало мифологическое мировосприятие человечества во II–I тысячелетии до н.э. Ведущими характеристиками мифологического сознания являются синкретизм объективного и субъективного миров, а также антропоморфность, поскольку мировоззрение древних людей основывалось на нераздельном единстве природы, человека и общества. В их представлении даже боги были наделены всеми психологическими и эмоциональными характеристиками человека, теми же способностями и желаниями. Примерами литературных произведений того времени, в которых прослеживаются мистические мотивы, могут служить и древневосточный «Эпос о Гильгамеше», и всемирно известные «Илиада» и «Одиссея» Гомера, позднее – работы древнеримских авторов, такие как «Энеида» Вергилия и «Метаморфозы» Овидия.

Важным этапом становления мистической литературы, бесспорно, стала эпоха Средневековья. Можно выделить три важнейших фактора, на основе которых формировалась средневековая литература – христианское вероучение, культурное наследие античного мира и народное творчество.

Поскольку именно в эпоху Средневековья христианство окончательно укоренилось в Европе, данная стадия развития мистической литературы особенно важна. Внедрение христианского мировоззрения происходило на всех уровнях общества – начиная от верховенства власти Папы Римского над властью всех земных правителей и заканчивая регламентацией повседневной жизни мирного населения, и пропаганда этих идей велась посредством наиболее доступного для охвата широкой аудитории ресурса – через искусство. Являясь его составной частью, средневековая литература также находилась под безоговорочным влиянием христианского мировосприятия. В период Раннего Средневековья огромное значение имели тексты религиозной направленности – Евангелия, жития святых, откровения и прочие. При этом наблюдалась тенденция придания религиозности даже сюжетам, на первый взгляд светским или мифическим. В Западной Европе наиболее разработанными жанрами мистико-религиозной литературы были мистерии, вышедшие из храмового литургического действия и представлявшие собой инсценировки библейских сюжетов, а также миракли — стихотворные драмы с сюжетом, основанным на чуде, которое совершает святой или Богородица. В мистериях и мираклях воссоздавалась ситуация вмешательства небесных сил в земные события, тем самым реализовывалось мистическое присутствие иного мира. Особое место в средневековой культуре и словесности занимал религиозный фольклор. Среди его жанров особенно мистически насыщенными являются легенды, включающие отголоски языческой мифологии (драконы, леший, водяные).

В литературе эпохи Возрождения мистическое в собственном смысле слова отодвигается на второй план. Однако возвращение в эстетическое сознание античности с ее культом тела не поглощает мистическое как таковое. Античная телесность имела мифологическую природу. Кроме мистического подтекста, связанного с антиаскетическим отношением к телу, мистика реализуется в эпоху Возрождения в религиозной тематике и образах. Особо следует выделить «Божественную комедию» («*La divina commedia*», 1307–1321) Данте, а также пост-возрожденческие романы «Потерянный рай» («*Paradise Lost*», 1667) и «Возвращенный рай» («*Paradise Regained*», 1671) Дж. Милтона. Новое эстетическое сознание соединяется здесь с традициями католической мистики и богословия. Важную роль мистическое играет в поэтике трагедий У. Шекспира, который по-своему возрождает традицию античной трагедии рока, где человек оказывался бессильным перед таинственными силами судьбы.

Своеобразно мистика преломляется в эпоху барокко, стремящегося к «соединению несоединимого», что художественно реализовывалось в столкновении фантастики и реальности, античной мифологии и христианской символики. В барочной литературе осмысливается дисгармония мира и человека, их трагическое противостояние, как и внутренняя борьба в душе отдельного человека [9]. Основопологающим стало понятие диссонанса. По этой причине многие писатели барокко обращались к теме кошмаров и ужасов, нередко связывая их с религией. Бог становится воплощением беспощадной силы, под натиском которой человек абсолютно ничтожен. Преувеличенная аффектированность, крайняя экзальтация чувств, стремление познать запредельное, элементы фантастики – все это причудливо сплетается в мироощущении и художественной практике барокко [9].

Во второй половине XVIII в. в Англии начинает формироваться новый жанр литературы – **готическая проза**. Она возникает вследствие возрождения интереса к средневековой культуре в целом, а также к мистике и сверхъестественному ужасу. Родоначальником жанра готического романа по праву считается Г. Уолпол (1717–1797). Его роман «Замок Отранто» («*The Castle of Otranto*», 1764) оказал огромное влияние на развитие мистической литературы. В связи с этим романом следует упомянуть предложенный М. М. Бахтиным много позднее термин *хронотоп замка*. Это один из главных компонентов, способствующих созданию мистической атмосферы. Разрушенные башни, потайные коридоры, привидения и легенды – постоянные атрибуты старинного замка, влияющие на восприятие читателем происходящего. Другой общепризнанной особенностью готической прозы являются характерные персонажи – злодей-тиран и герой благородного происхождения, скрывающийся под маской смиренности, а также добродетельная героиня, честь которой зачастую оказывается под угрозой вследствие коварных замыслов злодея-тирана. Все эти характеристики в полной мере присутствуют в романе Г. Уолпола, служащем отправной точкой в истории готического романа.

Исследователями обычно выделяется два типа готического романа – сентиментально-готический и «черный» (или френетический). Каждый тип имеет свои отличительные канонические черты.

В сентиментальном романе можно встретить одного главного героя или героиню, либо их обоих. Важно заметить, что в этом варианте готического романа персонажи совершенно однозначны, то есть положительный герой не обладает отрицательными чертами, так же, как и отрицательный не проявляет тяги к светлой стороне. Движущей силой сюжета зачастую является некая тайна из прошлого, часто связанная с происхождением героя или с его предками, а также присутствует мотив возмездия – за несправедливость по отношению к герою или его предкам, или же со стороны завистливого и по той или иной причине не реализовавшего своих намерений антагониста. Отличительной чертой сентиментальной готики считается естественное объяснение всех таинственных и мистических деталей в повествовании: например, привидение оказывается девушкой в белых одеждах, потусторонние звуки – криками узников подземелья замка, и т.д.

Ярким примером сентиментально-готического романа конца XVIII в. являются работы А. Радклиф (1764–1823), признанной многими критиками «королевой готики». К достижениям своих предшественников в области создания готической атмосферы в литературных произведениях (хронотоп замка, имитация средневековья, характерные герои) А. Радклиф прибавила небольшие детали в пейзажных описаниях, имеющие, однако, огромное значение для создания эффекта правдоподобия таинственных событий и нагнетания сверхъестественного ужаса.

Для френетической готики характерным является один главный герой, часто наделенный нестандартной и даже пугающей внешностью и чертами бунтарского характера, типичного для романтизма. Здесь не идет речь об однозначности персонажей, поскольку в основе сюжета лежит конфликт добра и зла, иногда представленный внутренними противоречиями героя, а иногда вовлекающий окружающих его людей. Романы этого типа изобилуют натуралистичными описаниями человеческих страданий и крайне неприятных читателю явлений, таких как мучительная смерть, разлагающиеся трупы и прочее. «Черный» роман не предполагает логического объяснения сверхъестественных феноменов, так как в таком произведении мистические явления представляются как составная часть существующей реальности. Одним из величайших авторов, принадлежащих к ранней готической прозе в Великобритании, по праву считается Ч. Р. Метьюрин (1782–1824). Его роман «Мельмот Скиталец» («Melmoth the Wanderer», 1820) представляет собой значительный шаг вперед в развитии готической традиции. Страх здесь выходит за границы человеческого разума.

Интерес британской читательской аудитории к готическим романам в первой половине XIX в. привел к обращению многих авторов к данной тематике. Периодические издания, такие как *The Story-Teller*, *Blackwood's Magazine*, *Dublin University Magazine*, активно печатали мистические рас-

сказы, пришедшиеся по вкусу любителям историй о сверхъестественном именно из-за их небольшой длины, динамизма действия. Среди публикованных в этих журналах стоит отметить таких известных авторов, как Г. Эйнсуорт, У. Коллинс, Ш. Ле Фаню и Э. Гаскел [10].

Возрождение интереса к мистическому происходит и в творчестве романтиков. Универсальная интуиция двоемирия (чувства глубокого разрыва идеала с действительностью) включает в себя двоемирие мистическое. Романтическая эстетика непосредственно ориентирована на фольклорные первоисточники фантастического [11]. Также немаловажную роль в обращении писателей к национальному фольклору сыграли наполеоновские завоевания (особенно в Германии), приведшие к отторжению всего «французского» и поиску своих, особенных сказок и легенд как составляющей национального самосознания. В связи с этим стоит упомянуть братьев Гримм с их сборниками сказок, собранных в разных частях Германии, а также повести и сказки Гофмана, являющие собой яркий пример сочетания реального места действия с мистическими событиями. Решающее влияние на формирование мистического мировоззрения в литературе начала XIX в. оказало творчество И. В. Гёте и его драматическая поэма «Фауст» («Faust», 1808–1831), в которой мистическое изображается как разновидность реальности.

Важным этапом в развитии мистической прозы также являются грошовые ужасы, или страшные сказки (*penny dreadfuls*, *penny bloods*) – жанр литературы, возникший как реакция на повышение уровня грамотности в Викторианской Великобритании. Начиная с 1830-х гг. и вплоть до последнего десятилетия XIX в., иллюстрированные восьмистраничные брошюры, печатавшиеся на дешевой бумаге, стали одним из самых популярных типов изданий среди молодежи рабочего класса. Грошовые ужасы представляли собой серийно выходившие истории о приключениях, преступлениях, а также о существах низовой мифологии разных народов (вампиры, оборотни, зомби и пр.). В целях данного исследования интерес представляют как раз последние, поскольку зародились они на волне повышенного интереса к произведениям готического жанра. Наиболее широко известны рассказы о Вампире Варни («*Varney the Vampire; or, the Feast of Blood*», 1845–1847) авторства Дж. М. Раймера и Т. П. Преста, послужившие вдохновением для многих авторов, писавших о вампирах позднее. Именно в рассказах о похождениях Варни обретают форму наиболее известные характеристики вампиров, такие как заостренные клыки, укусы жертв в шею, способность к гипнозу и сверхчеловеческая сила [10]. И если ранняя готическая проза имела неотъемленным атрибутом перенос действия в прошлое, то здесь действие происходит также и в XIX в., что придает дополнительную мистическую окраску произведению, поскольку предполагает существование сверхъестественных явлений в современном авторам и читателю мире.

В рамках реализма мистическое становится приемом романтического отстранения, средством философско-психологического анализа действитель-

ности и сближается с фантастикой. Однако это не значит, что представители данного направления в литературе никогда не обращались к мистическому жанру. Так, например, признанные писатели-реалисты также работали в жанре рассказа с привидениями, среди них Ч. Диккенс (его Рождественские рассказы), Г. Джеймс и Э. Уортон (сборники рассказов о призраках).

Родственным мистике жанром литературы, эволюционировавшим из готики и неоготики, является литература ужасов. *Литература ужасов* (англ. *horror literature, horror fiction*; часто просто «ужасы» или заимствованное из английского «хоррор») – жанр литературы, имеющий дело со сверхъестественным в прямом смысле слова, исследующий и раскрывающий природу сверхъестественного ужаса, его место в жизни человека. Произведения этого жанра отличаются глубоким психологизмом, убедительностью, особая художественная выразительность. Начиная с 1920-х гг., в США стал очень популярен литературный журнал «Таинственные рассказы» (*Weird Tales*), печатавший (и продолжающий по сей день печатать) стихи, рассказы и романы, принадлежащие к литературе ужасов и тайн (*weird literature*). В этом журнале были опубликованы работы таких выдающихся авторов неоготической прозы, как Г. Ф. Лавкрафт, Ф. Лейбер, К. Э. Смит, А. Дерлет, Р. Блох и другие.

Таким образом, мы выделили особенности мистической литературы, отличающие ее от фантастики (отсутствие неуверенности в чудесном, принятие единства противоположностей, неспособность вербализировать пережитое из-за его суггестивности); попытались обосновать, почему мистическая литература не синонимична готической (готика предполагает присутствие мистического элемента, в то время как мистика в литературе проявляется не только характерными чертами готического романа – являясь сама по себе более обширным жанром, она может быть представлена в народных сказках, религиозных текстах, героическом эпосе, поэмах Романтизма и произведениях других эпох и жанров). Также мы проследили несколько этапов в процессе эволюции понятия мистического, появившегося как составляющая древних мифов, приобретшего своеобразные черты по мере своего преобразования в каждый период развития общества и реализуемого во многих литературных формах.

ЛИТЕРАТУРА

1. Сурков, Д. В. Различия понятий «мистика», «мистицизм» и «мистический опыт» / Д. В. Сурков // Омский научный вестник / Омский гос. технич. ун-т; редкол.: А. В. Косых (гл. ред.) [и др.]. – Омск, 2012. – № 5 (112). – С. 131–134.
2. Кривых, И. Е. Феномен мистического в контексте бытия культуры: автореф. дис. ... канд. филос. наук: 09.00.13 / И. Е. Кривых; НЧОУ ВПО «Армавирский православно-социальный институт». – Ставрополь, 2011. – 26 с.

3. *Rump, J.* Wittgenstein on the Mystical and Meaningful / J. Rump // *Mysticism and Meaning: Multidisciplinary Perspectives* / ed. Alex S. Kohav. – St Petersburg, 2019. – P. 177–198.
4. *Степанчук, Ю. А.* Основные понятия мистицизма: опыт философского исследования: автореф. дис. ... канд. филос. наук: 09.00.01 / Ю. А. Степанчук; РУДН. – М., 2003. – 25 с.
5. *James, W.* A Suggestion about Mysticism / W. James // *Understanding Mysticism* / ed. R. Woods, O.P. – New York, 1980. – P. 215–222.
6. *Hayes, L. J.* Understanding Mysticism / L. J. Hayes // *The Psychological Record*, 1997. – № 47 (4). – P. 573–596.
7. *Underhill, E.* The Mystic as Creative Artist / E. Underhill // *Understanding Mysticism* / ed. R. Woods, O.P. – New York, 1980. – P. 400–414.
8. *Тодоров, Цв.* Введение в фантастическую литературу / Цв. Тодоров; перев. с фр. Б. Нарумова. – М.: Дом интеллектуальной книги, 1999. – 144 с.
9. *Эльфонд, И. Я.* Литература барокко [Электронный ресурс] / И. Я. Эльфонд // Онлайн энциклопедия «Кругосвет». – Режим доступа : https://www.krugosvet.ru/enc/kultura_i_obrazovanie/literatura/BAROKKO_LITERATURA.html. – Дата доступа: 24.06.2020.
10. *Birkhead, E.* The Tale of Terror: A study of the Gothic Romance / E. Birkhead. – Nabu Press, 2010. – 266 p.
11. *Лавлинский, С. П.* Фантастическое как теоретико-литературная и эстетическая категория: Дискурсивно-визуальные аспекты / С. П. Лавлинский, В. Я. Малкина, А. М. Павлов // *Гротескное и фантастическое в культуре: визуальные аспекты*. – М., 2017.

Поступила в редакцию 11.05.2022

ВЕСТНИК МГЛУ

Серия 1. Филология

№ 3 (118), 2022

Научно-теоретический журнал

Ответственный за выпуск *Л. А. Тарасевич*

Редакторы: *В. М. Василевская, О. С. Забродская, Е. И. Ковалёва*
Ст. корректор *С. О. Иванова*

Журнал зарегистрирован
Министерством информации Республики Беларусь 26 апреля 2010 г.
в Государственном реестре средств массовой информации за № 1333.

Адрес редакции: ул. Захарова, 21, 220034, г. Минск
E-mail: vestnik@mslu.by

Подписано в печать 30.06.2022. Формат 60×84 ¹/₁₆. Бумага офсетная. Гарнитура Таймс. Ризография. Усл. печ. л. 5,58. Уч.-изд. л. 5,92. Тираж 100 экз. Заказ 30.
Издатель и полиграфическое исполнение: учреждение образования «Минский государственный лингвистический университет». Свидетельство о государственной регистрации издателя, изготовителя, распространителя печатных изданий от 02.06.2017 г. № 3/1499. ЛП № 02330/458 от 10.07.2020 г. Адрес: ул. Захарова, 21, 220034, г. Минск.

Индекс подписки 75017/750172