

ISSN 2587-6953 (Print)
ISSN 2782-5868 (Online)



НАУЧНО-ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ

НЕОФИЛОЛОГИЯ

NEORHIOLOGY

SCIENTIFIC-THEORETICAL JOURNAL

2022

Том 8

№ 2

ISSN 2587-6953



9 772587 695009

22030 >



ISSN 2587-6953 (Print)
ISSN 2782-5868 (Online)

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ТАМБОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Г.Р. ДЕРЖАВИНА

НЕОФИЛОЛОГИЯ

2022. Том 8, № 2

MINISTRY OF SCIENCE AND HIGHER EDUCATION OF THE RUSSIAN FEDERATION
DERZHAVIN TAMBOV STATE UNIVERSITY

NEOPHILOLOGY

2022. Volume 8, No. 2

Неофилология. 2022. Т. 8, № 2

Сквозной номер выпуска – 30

Научно-теоретический журнал. Издаётся с марта 2015 г. Выходит 4 раза в год

Учредитель: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина» (392000, Тамбовская обл., г. Тамбов, ул. Интернациональная, д. 33)

Издатель: ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина»

Журнал включён в «Перечень рецензируемых научных изданий, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание учёной степени кандидата наук, на соискание учёной степени доктора наук» ВАК при Минобрнауки России с 12 февраля 2019 г., по следующим научным специальностям и соответствующим им отраслям науки: 10.01.01 – Русская литература (филологические науки); 10.01.08 – Теория литературы. Текстология (филологические науки); 10.02.01 – Русский язык (филологические науки); 10.02.04 – Германские языки (филологические науки); 24.00.01 – Теория и история культуры (культурология). Индексируется РИНЦ, DOAJ, Ulrich's Periodicals Directory, EBSCO, ResearchBib, CrossRef, НЭБ «eLIBRARY.RU», ЭБ «КиберЛенинка»

Тематика журнала:

Русский язык. Языки народов России (филологические науки)
Языки народов зарубежных стран (Германские языки) (филологические науки)
Русская литература и литературы народов Российской Федерации (филологические науки)
Медиакоммуникации и журналистика (филологические науки)
Межязыковая и межкультурная коммуникация (филологические науки, культурология)
Теория и история культуры (культурология)

Все статьи проходят проверку в программе «Антиплагиат» и двойное слепое рецензирование ведущими учёными в соответствии с тематикой и специализацией журнала.

Главный редактор:

А.С. Щербак, д. филол. н., проф. (г. Тамбов, Российская Федерация)

Научный редактор:

С.А. Мызников, чл.-корр. РАН, д. филол. н. (г. Москва, Российская Федерация)

Ответственный секретарь:

И.В. Ильина (г. Тамбов, Российская Федерация)

Редакционная коллегия:

В.Г. Андреева, д. филол. н., проф. (г. Москва, Российская Федерация); **Р. Гольдт**, д. филол. н., проф. (г. Майнц, Федеративная Республика Германия); **М.В. Горбаневский**, д. филол. н., проф. (г. Москва, Российская Федерация); **Е.И. Григорьева**, д. культурологии, проф. (г. Москва, Российская Федерация); **Е.А. Зверева**, д. филол. н., доц. (г. Тамбов, Российская Федерация); **С.Н. Ильченко**, д. филол. н., доц. (г. Санкт-Петербург, Российская Федерация); **С.В. Кезина**, д. филол. н., проф. (г. Пенза, Российская Федерация); **И.В. Леонов**, д. культурологии, доц. (г. Санкт-Петербург, Российская Федерация); **Ю. Накано**, д. филол. н., ассист. проф. (г. Киото, Япония); **О.Н. Новикова**, д. филол. н., доц. (г. Уфа, Российская Федерация); **О.Ю. Осьмухина**, д. филол. н., проф. (г. Саратов, Российская Федерация); **Л.А. Пронина**, д. филос. н., проф. (г. Тамбов, Российская Федерация); **Л.В. Раибуурская**, д. филол. н., проф. (г. Н. Новгород, Российская Федерация); **Н.В. Розенберг**, д. филос. н., проф. (г. Пенза, Российская Федерация); **В.И. Супрун**, д. филол. н., проф. (г. Волгоград, Российская Федерация); **П.В. Сысоев**, д. пед. н., проф. (г. Тамбов, Российская Федерация); **З.К. Темиргазина**, д. филол. н., проф. (г. Павлодар, Республика Казахстан); **Г.Н. Трофимова**, д. филол. н., проф. (г. Москва, Российская Федерация); **Л.А. Фурс**, д. филол. н., проф. (г. Тамбов, Российская Федерация); **Л.Е. Хворова**, д. филол. н., проф. (г. Тамбов, Российская Федерация); **Чжан Цзе**, д. филол. н., проф. (г. Нанкин, Китайская Народная Республика); **А.Л. Шарадин**, д. филол. н., проф. (г. Тамбов, Российская Федерация); **Ю.М. Шемчук**, д. филол. н., проф. (г. Москва, Российская Федерация); **А.М. Шестернина**, д. филол. н., проф. (г. Воронеж, Российская Федерация); **Н.Н. Ярошенко**, д. пед. н., проф. (г. Москва, Российская Федерация)

Мнение редакции может не совпадать с точкой зрения авторов публикаций

Для цитирования: Неофилология. 2022. Т. 8, № 2. 204 с. DOI 10.20310/2587-6953-2022-8-2



Материалы журнала доступны по лицензии [Creative Commons Attribution \(«Атрибуция»\) 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) Всемирная

Адрес редакции и издателя:

392000, Тамбовская обл., г. Тамбов, ул. Интернациональная, 33
Тел.: +7(4752)72-34-34 доб. 0440

Эл. почта: ant_scherbak@mail.ru, ilina@tsutmb.ru

Веб-сайт: <http://journals.tsutmb.ru/neophilology/>;
<http://journals.tsutmb.ru/neophilology-eng/>

Редакторы: Ю.А. Бирюкова, М.А. Сенина, М.И. Филатова

Редактор английских текстов: В.В. Клочихин

Компьютерное макетирование: Т.Ю. Молчановой

Дизайн обложки: Т.О. Прокофьевой

Администратор сайта: М.А. Сенина

Издание зарегистрировано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор), свидетельство о регистрации средства массовой информации ПИ № ФС 77-70137 от 16.06.2017 г.

ISSN 2587-6953 (Print)

ISSN 2782-5868 (Online)

Подписной индекс 80303 в каталоге ООО «УП Урал-Пресс»
Территория распространения: РФ, зарубежные страны

Оригинал-макет подготовлен в объединённой редакции научных журналов

Отпечатано с готового оригинал-макета в отделе оперативной печати Издательского дома «Державинский» ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина». 392008, Тамбовская обл., г. Тамбов, ул. Советская, 190г.
Эл. почта: izdat_tsu09@mail.ru

Тираж 1000 экз. Заказ № 22293

Подписано в печать 23.05.2022

Дата выхода в свет 25.05.2022

Формат А4 (60×84 1/8). Гарнитура «Times New Roman»

Печать на ризографе. Печ. л. 25,5. Усл. печ. л. 24,7

Свободная цена

© ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина», 2022

© Журнал «Неофилология», 2022

СОДЕРЖАНИЕ

CONTENTS	209
РУССКИЙ ЯЗЫК. ЯЗЫКИ НАРОДОВ РОССИИ	
Грачёв М.А. Адаптация арготических единиц в общенародном русском языке в XXI веке	210
Колтунова Е.А., Жарков И.В. О пределах применения в лингвоэкспертной практике понятия речевой стратегии дискредитации	218
Мозговой В.И. Украинское законодательство в области национально-языковой политики и реальность социальных процессов (1917–2021 гг.)	228
Беляева М.Ю. Междоментные глаголы в русскоязычном переводе веб-манхвы “Sweet Home” («Милый дом»): грамматический статус и новации	243
Чжао Юйцянь. Словообразовательный потенциал англицизмов в политической лексике	254
Юэлинь Лю, Ливэй Чжан. Сравнительный текстовый анализ новогодних обращений глав Российской Федерации и Китайской Народной Республики в аспекте лингвокультурологии	261
Саркисян О.Б., Дубова М.А. Концептуальная лексема «Суходол» как компонент авторской языковой картины мира в одноимённой повести И.А. Бунина	276
Завадская А.В. Словообразовательные неологизмы эпохи пандемии коронавируса в медийном пространстве	286
ЯЗЫКИ НАРОДОВ ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАН (ГЕРМАНСКИЕ ЯЗЫКИ)	
Ершова Н.Б. Репрезентация концепта «Деятель» в переводе произведения Антуана де Сент-Экзюпери «Маленький принц» на немецкий язык	295
РУССКАЯ ЛИТЕРАТУРА И ЛИТЕРАТУРЫ НАРОДОВ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ	
Серебряков А.А., Железняк Д.Р. Взаимодействие принципов структурного построения в романе «Идиот» Ф.М. Достоевского	303
Колчанов В.В., Косякова С.А. К источникам мотива массового психоза в романе М.А. Булгакова «Мастер и Маргарита»	312
МЕДИАКОММУНИКАЦИИ И ЖУРНАЛИСТИКА	
Малыгина Л.Е., Павлова Е.С. Лингвобезопасность: антивакцинаторский медиадискурс в контексте аксиологических мировоззренческих трансформаций	324
Прохоров А.В. Формирование имиджа университета средствами корпоративных медиа	333
Терских М.В., Плюснина Н.В. Рекламные интеграции в социальной сети TikTok: понятие, функции, форматы, жанры	345
Гуськова С.В. Полемичность политического дискурса в региональном интернет-пространстве	358
Орабийи Джошуа Оладотун Анджолаолува. Лексико-семантические маркеры искажения медиаобраза Нигерии в российских медиатекстах	369
Ба Харон Абдулрахман Хасан Абдул Рахман. Гражданское общество в Йемене в эпоху сетевых коммуникаций и новых медиа: к проблеме гражданского активизма	377
ТЕОРИЯ И ИСТОРИЯ КУЛЬТУРЫ	
Феодосий (Сергей Иванович Васнев), митрополит Тамбовский и Рассказовский. Духовный путь Фёдора Михайловича Достоевского	385
Юрьева М.Н. Танцевальная культура тамбовского провинциального дворянства конца XIX – начала XX века	393
Круглова М.Г., Червова А.А. Эволюция статуса ювелирных украшений в истории культуры и их роль в межкультурных взаимодействиях	401

Neophilology. 2022. Vol. 8, no. 2

Continuous issue number – 30

Scientific-theoretical Journal. Published since March 2015. Issued 4 times a year

Founder: Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education “Derzhavin Tambov State University” (33 Internatsionalnaya St., Tambov 392000, Tambov Region, Russian Federation)

Publisher's: FSBEI of HE “Derzhavin Tambov State University”

The journal is on the “Official list of scientific reviewed periodicals for publication principal scientific researches of dissertations for academic degree of candidate of science, doctor of science” by High Attestation Commission at the Ministry of Education and Science of Russia since February 12, 2019, on the following fields of science: 10.01.01 – Russian literature (philological sciences); 10.01.08 – Theory of literature. Textology (philological sciences); 10.02.01 – Russian language (philological sciences); 10.02.04 – Germanic languages (philological sciences); 24.00.01 – Theory and history of culture (culturology). Indexed by the RSCI, DOAJ, Ulrich's Periodicals Directory, EBSCO, ResearchBib, CrossRef, Scientific Electronic Library “eLIBRARY.RU”, Electronic Library “CyberLeninka”

Basic headings of the journal:

Russian language. Languages of peoples of Russia (philological sciences)
Languages of peoples of foreign countries (Germanic languages) (philological sciences)
Russian literature and literature of peoples of Russian Federation (philological sciences)
Media Communications and Journalism (philological sciences)
Crosslanguage and crosscultural communication (philological sciences, culturology)
Theory and history of culture (culturology)

All articles are checked in the “Antiplaga” program and double-blind peer-reviewed by leading scientists in accordance with the subject and specialization of the journal.

Editor-in-Chief:

A.S. Shcherbak, Doctor of Philology, Professor (Tambov, Russian Federation)

Scientific Editor:

S.A. Myznikov, Corresponding Member of RAS, Doctor of Philology (Moscow, Russian Federation)

Executive Editor:

I.V. Ilyina (Tambov, Russian Federation)

Editorial Board:

V.G. Andreeva, Doctor of Philology, Professor (Moscow, Russian Federation); **R. Goldt**, Doctor of Philology, Professor (Mainz, Federal Republic of Germany); **M.V. Gorbanevskiy**, Doctor of Philology, Professor (Moscow, Russian Federation); **E.I. Grigorieva**, Doctor of Culturology, Professor (Moscow, Russian Federation); **E.A. Zvereva**, Doctor of Philology, Associate Professor (Tambov, Russian Federation); **S.N. Ilchenko**, Doctor of Philology, Associate Professor (St. Petersburg, Russian Federation); **S.V. Kezina**, Doctor of Philology, Professor (Penza, Russian Federation); **I.V. Leonov**, Doctor of Culturology, Associate Professor (St. Petersburg, Russian Federation); **Y. Nakano**, Doctor of Philology, Assistant Professor (Kyoto, Japan); **O.N. Novikova**, Doctor of Philology, Associate Professor (Ufa, Russian Federation); **O.Y. Osmukhina**, Doctor of Philology, Professor (Saransk, Russian Federation); **L.A. Pronina**, Doctor of Philosophy, Professor (Tambov, Russian Federation); **L.V. Ratsiburskaya**, Doctor of Philology, Professor (Nizhny Novgorod, Russian Federation); **N.V. Rozenberg**, Doctor of Philosophy, Professor (Penza, Russian Federation); **V.I. Suprun**, Doctor of Philology, Professor (Volgograd, Russian Federation); **P.V. Sysoyev**, Doctor of Pedagogy, Professor (Tambov, Russian Federation); **Z.K. Temirgazina**, Doctor of Philology, Professor (Pavlodar, Republic of Kazakhstan); **G.N. Trofimova**, Doctor of Philology, Professor (Moscow, Russian Federation); **L.A. Furs**, Doctor of Philology, Professor (Tambov, Russian Federation); **L.E. Khvorova**, Doctor of Philology, Professor (Tambov, Russian Federation); **Zhang Jie**, Doctor of Philology, Professor (Nanjing, People's Republic of China); **A.L. Sharandin**, Doctor of Philology, Professor (Tambov, Russian Federation); **Y.M. Shemchuk**, Doctor of Philology, Professor (Moscow, Russian Federation); **A.M. Shesterina**, Doctor of Philology, Professor (Voronezh, Russian Federation); **N.N. Yaroshenko**, Doctor of Pedagogy, Professor (Moscow, Russian Federation)

The opinions expressed by the publications authors may not coincide with those of the editorial

For citation: Neophilology. 2022. Vol. 8, no. 2. 204 p. DOI 10.20310/2587-6953-2022-8-2



Content of the journal is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

Editorial Office and Publisher address:

33 Internatsionalnaya St., Tambov 392000, Tambov Region, Russian Federation

Editors telephone: +7(4752)72-34-34 add 0440

E-mail: ant_scherbak@mail.ru, ilina@tsutmb.ru

Web-site: <http://journals.tsutmb.ru/neophilology/>;
<http://journals.tsutmb.ru/neophilology-eng/>

Editors: Y.A. Biryukova, M.A. Senina, M.I. Filatova

English texts editor V.V. Klochikhin

Computer layout T.Y. Molchanova

Cover design T.O. Prokofeva

Web-site administrator M.A. Senina

Registered by the Federal Service for Supervision of Communications, Information Technology and Mass Media (Roskomnadzor).

The mass media registration certificate ПИ no. ФС 77-70137 of June 16, 2017

ISSN 2587-6953 (Print)

ISSN 2782-5868 (Online)

Subscription index in the catalogue LLC “Ural-Press” is 80303

Distribution territory: Russian Federation, foreign countries

The original layout is prepared in the Incorporate Editorial of Scientific Journals

Published basing on ready-to-print file in Instant Print Department of Publishing House “Derzhavinskiy” of FSBEI of HE “Derzhavin Tambov State University”. 190g Sovetskaya St., Tambov 392008, Tambov Region, Russian Federation. E-mail: izdat_tsu09@mail.ru

Copies printed 1000. Order no. 22293

Signed for printing 23.05.2022

Release date 25.05.2022

Format A4 (60×84 1/8). Typeface “Times New Roman”

Printed on risograph. Pr. sheet 25,5. Conv. pr. sheet 24,7

Free price

© FSBEI of HE “Derzhavin Tambov State University”, 2022

© The journal “Neophilology”, 2022

CONTENTS

RUSSIAN LANGUAGE. LANGUAGES OF PEOPLES OF RUSSIA

Mikhail A. Grachev , Adaptation of argotic units in the national Russian language in the 21st century	210
Elizaveta A. Koltunova, Igor V. Zharkov , The limits of application of discrediting speech strategy concept in lingvo-expert practice	218
Vladimir I. Mozgovoy , Ukrainian Legislation on National Language Policy and the Reality of Social Processes (1917–2021)	228
Marina Y. Belyaeva , Interjectional verbs in Russian translation of the web-manhwa “Sweet Home” (“Milyy dom”): grammatical status and innovations	243
Yuqian Zhao , The word-formation potential of anglicisms in political vocabulary	254
Liu Yuelin, Zhang Liwei , Comparative textual analysis of New Year’s speeches of the heads of the Russian Federation and the People’s Republic of China in linguistic and cultural aspects	261
Olga B. Sarkisyan, Marina A. Dubova , The conceptual lexeme “Sukhodol” as a component of the author’s linguistic world picture in the short novel of the same name by I.A. Bunin	276
Anastasiya V. Zavadskay , Word-formation neologisms of the coronavirus pandemic era in the media space	286

LANGUAGES OF PEOPLES OF FOREIGN COUNTRIES (GERMANIC LANGUAGES)

Natalia B. Ershova , Representation of the concept “Doer” in the translation of Antoine de Saint-Exupéry’s “The Little Prince” into German	295
---	-----

RUSSIAN LITERATURE AND LITERATURE OF PEOPLES OF RUSSIAN FEDERATION

Anatoliy A. Serebriakov, Daria R. Zheleznyak , The interaction of the structural construction principles in the F.M. Dostoevsky’s novel “The Idiot”	303
Vladimir V. Kolchanov, Svetlana A. Kosyakova , To the sources of the motive of mass psychosis in M.A. Bulgakov’s novel “The Master and Margarita”	312

MEDIA COMMUNICATIONS AND JOURNALISM

Lidia E. Malygina, Ekaterina S. Pavlova , Linguistic security: anti-vaccination media discourse in the context of axiological worldview transformations	324
Andrey V. Prokhorov , Formation of the university’s image by means of corporate media	333
Marina V. Terskikh, Natalya V. Plyusnina , Advertising integrations in the TikTok social network: Concept, functions, formats, genres	345
Svetlana V. Guskova , Polemical nature of political discourse in the regional Internet space	358
Joshua Oladotun Anjolaoluwa Orabiye , Lexical-semantic markers of distortion of the media image of Nigeria in Russian media texts	369
Abdulrahman Hassan Abdulrahman Ba Haron , Civil society in Yemen in the era of network communications and new media: on the civil activism issue	377

THEORY AND HISTORY OF CULTURE

Theodosius (Vasnev Sergey Ivanovich), metropolitan of Tambov and Rasskazovo , The spiritual path of Fyodor Dostoevsky	385
Marina N. Yurieva , Dance culture of the Tambov provincial nobility of the late 19th – early 20th century	393
Maria G. Kruglova, Albina A. Chervova , The evolution of the jewelry status in the history of culture and its role in intercultural interactions	401

РУССКИЙ ЯЗЫК. ЯЗЫКИ НАРОДОВ РОССИИ RUSSIAN LANGUAGE. LANGUAGES OF PEOPLES OF RUSSIA

НАУЧНАЯ СТАТЬЯ

УДК 811.161.133:343

DOI 10.20310/2587-6953-2022-8-2-210-217

Адаптация арготических единиц в общенародном русском языке в XXI веке

Михаил Александрович ГРАЧЁВ

ФБОУ ВО «Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н.А. Добролюбова»
603005, Российская Федерация, Нижний Новгород, ул. Минина, 31А✉ ma-grachev@mail.ru

Аннотация. Рассмотрены актуальные вопросы адаптации арготических слов в общенародном русском языке и влияние криминальной субкультуры на законопослушное общество. В ближайшее время в лексико-тематическом плане в арго должны произойти резкие изменения в связи с борьбой государства против *воров в законе* и экстремистской организацией АУЕ* (в октябре 2020 г. Минюст РФ сообщил о включении движения АУЕ* в перечень запрещённых в РФ экстремистских организаций, его деятельность на территории России запрещена). Из-за большого количества арготизмов, перешедших в общенародный язык, наблюдаются проблемы перевода с одного языка на другой. Они содержатся в несоответствии реалий между различными народами, особенностями криминальных сообществ и эмоциональности уголовных лексем. Отмечено, что в последнее время наблюдается частое употребление грубой и ненормированной лексики в любой сфере и при любом языковом общении. Основную массу этих слов составляют арготические лексемы. Особое место в исследовании отведено проблемам экспертов-лингвистов. Нередко бывшие арготизмы законопослушным населением используются как инвективы, см., например, слова *мусор*, *мент* – «сотрудник правоохранительных органов». Причём суды часто автоматически воспринимают подобные слова как лексические единицы, содержащие неприличную форму и не учитывают речевую ситуацию, контекст и другие аспекты лингвистического анализа.

Ключевые слова: тюремные арготизмы, экспрессивность, субкультура, криминальный мир, лексема, государство, законопослушное общество

Для цитирования: Грачёв М.А. Адаптация арготических единиц в общенародном русском языке в XXI веке // Неофилология. 2022. Т. 8, № 2. С. 210-217. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2022-8-2-210-217>



Материалы статьи доступны по лицензии [Creative Commons Attribution \(«Атрибуция»\) 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) Всемирная



* Международное общественное движение «Арестантское уголовное единство» (другие используемые наименования «Арестантский уклад един», «Арестантское уркаганское единство», АУЕ, А.У.Е.) включено в Перечень запрещённых в Российской Федерации экстремистских организаций и его деятельность на территории России запрещена (решение Верховного суда Российской Федерации от 17.08.2020 и дополнительное решение Верховного суда Российской Федерации от 02.10.2020).

Adaptation of argotic units in the national Russian language in the 21st century

Mikhail A. GRACHEV

N.A. Dobrolyubova State Linguistic University of Nizhny Novgorod
31A Minina St., Nizhniy Novgorod 603005, Russian Federation

✉ ma-grachev@mail.ru

Abstract. We consider current issues of adaptation of argot words in the national Russian language and the influence of criminal subculture on law-abiding society. In the near future, dramatic changes in the lexical and thematic plan in argo should occur in connection with the state's struggle against *organized crime figures* and the extremist organization AUE* (in October 2020, the Ministry of Justice of the Russian Federation announced the inclusion of the AUE* movement in the list of extremist organizations banned in the Russian Federation, its activities in Russia are prohibited). Due to the large number of argotisms that have passed into the national language, there are problems of translation from one language to another. They are contained in the discrepancy between the realities between different peoples, the peculiarities of criminal communities and the emotionality of criminal lexemes. We note that recently there has been a frequent use of rude and abnormal vocabulary in any field and in any language communication. The bulk of these words are argotic lexemes. A special place in the study is given to the problems of linguistic experts. Often former argotisms are used by the law-abiding population as invectives, see, for example, the words *musor*, *ment* – “law enforcement officer”. Moreover, the courts often automatically perceive such words as lexical units containing an indecent form and do not take into account the speech situation, context and other aspects of linguistic analysis.

Keywords: prison argotism, expressiveness, subculture, criminal world, lexeme, state, law-abiding society

For citation: Grachev M.A. Adaptatsiya argoticheskikh edinit v obshchenarodnom russkom yazyke v XXI veke [Adaptation of argotic units in the national Russian language in the 21st century]. *Neofilologiya – Neophilology*, 2022, vol. 8, no. 2, pp. 210-217. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2022-8-2-210-217> (In Russian, Abstr. in Engl.)



This article is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

В статье, опубликованной в журнале «Наука и жизнь», мы предупреждали о вхождении и нейтрализации лексем преступного мира в общенародном языке [1, с. 128]. Цель нашего исследования – изучить причины и масштаб арготизмов, адаптированных в национальном русском языке.

И, действительно, в настоящее время многие арготизмы уже не осознаются как таковые: населением забыто их происхождение, изменены оттенки значений, эмоциональная окраска и проч. Хотя намёки на криминальное прошлое всё-таки остались. Рассмотрим основные причины этого процесса.

К сожалению, российское законопослушное общество до сих пор так и не попыталось разобраться в истоках влияния субкультуры криминального мира.

В целом, российский социум в имущественном плане сильно разьединён: в нём имеются мультибогатые и мультибедные группы. Последних большинство.

Арго – язык нищеты и низов общества. Это сказано ещё в 1871 г. французским писателем В. Гюго в романе «Отверженные». В то же время оно обладает сильной экспрес-

сией. Не случайно элементы этого социального диалекта ещё в 90-е гг. XX века гармонично вошли в язык современных журналистов, слились с так называемым новоязом.

Российский профессиональный правонарушитель не станет добропорядочным, законопослушным предпринимателем, так как он не способен к обучению и находится в окружении таких же, как и он, воров. Более того, он отрицательно действует на законопослушных чиновников, которые так же начали употреблять арготизмы. Так, в речи коррупционных чиновников чрезвычайно много воровских словечек, см. примеры: *лапа* – взятка, *брат на лапу* – брать взятку, *откат* – взятка за услугу, размер которой определяется от суммы сделки и проч.

Борьба против субкультуры в русской истории была, но, как всегда, не поддержанная общественностью. Во всяком случае, всё начало XX века вплоть до революции характеризуется разнузданным исполнением блатных песен в кафе-шантанах, ресторанах и кабаках, наблюдается выход первых сборников воровских песен (см., например, «Маруся отравилась»). Русская литература если не восторгалась низами общества, то, по меньшей мере, лояльно относилась к ним. Вспомним рассказ А.М. Горького «Челкаш», очерк А.И. Куприна «Вор». И только отдельные писатели и учёные предупреждали о пагубном влиянии профессиональной уголовной романтики на общество. Это этнограф С.В. Максимов в научно-публицистической работе «Несчастные» (1872 г.), знаменитый языковед И.А. Бодуэн-де-Куртенэ в Предисловии к словарю В.Ф. Трахтенберга «Блатная музыка: («Жаргон» тюрьмы)» (1908 г.), журналист Г. Брейтман в книге «Преступный мир» (1901 г.), П.П. Ильин в «Исследовании жаргона преступников» (1912 г.).

Значительная часть современного общества считает, что без нарушения законодательства Российской Федерации не разбогатеешь. Оно запугано уголовным миром: частые ограбления, изнасилования, кражи, взятки и – шире – коррупция, невозможность полноценно обороняться от грабителей (могут осудить за превышение обороны). С одной стороны, сильное влияние преступности на общество, с другой стороны, низкая общая культура. Отсюда – низкопробные детективы

на главных каналах страны, телепередачи, посвящённые уголовному миру (см., например, по первому каналу телевидения музыкально-песенную телепередачу «Три аккорда», где откровенно популяризируют криминальные песни с употреблением арготизмов). Законопослушный социум уже не воспринимает слова *беспредел*, *отстой*, *мент*, *тусовка*, *опустить* (кого-л.) как арготизмы. Об этом помнит только пожилое население, а молодёжь считает их за вполне употребительные слова.

Некоторые общественные деятели и политики в 90-х гг. XX века пытались договориться с *ворами в законе*, чтобы те навели правовой порядок в стране (!). Даже серьёзные государственные газеты и ряд радикальных депутатов Государственной Думы пытались выявить отношение к этой идее в обществе. Общество отреагировало отрицательно.

Переход и адаптация арготизмов в общенародном русскому языку создали множество проблем при определении оскорбления, перевода на другой язык, да и просто в коммуникативно-этическом отношении между гражданами.

Думается, что при экспертизе об оскорблении следует проводить тщательную этимологию слова. Показательной иллюстрацией этого является известное слово *мусор* – «сотрудник правоохранительных органов», образованное в период 1908–1918 гг. от аббревиатуры МУС – Московский уголовный сыск МВД Российской империи. Эта аббревиатура придумана знаменитым сыщиком и начальником Московской полиции Аркадием Францевичем Кошко, который и руководил ею 10 лет. Впоследствии МУС стал именоваться МУРОм. То есть время его существования – 10 лет. Оно не было зафиксировано в словаре В.Ф. Трахтенберга (1908 г.) (см.: [2]) и в рукописи П.П. Ильина (1912 г.)¹, но было отмечено в словаре С.М. Потапова (1927 г.) (см.: [3]).

В настоящее время идут многочисленные споры между блогерами о появлении слова *мусор* – сотрудник правоохранительных органов. Нам кажется, оно образовалось контаминацией двух слов: лексемы МУС –

¹ Ильин П.П. Исследование жаргона преступников. Рукопись 1912 г. 223 с. СПб., С.-Петербургская библиотека АН России. Рукописн. отдел; шифр 25.4.7.

Московский уголовный сыск + общенародного слова *мусор* – обозначения бытовых отходов, грязи, сора. В настоящее время слово имеет негативно-уничижительную окраску. Поэтому навряд ли данная лексема употреблялась в качестве самоназвания сотрудников Московского уголовного сыска, как об этом пишут некоторые блогеры.

Аббревиатуру МУС в 1918 г. сменило сокращение МУР – Московский уголовный розыск. Именно от него образовался арготизм *мурка* – агент уголовного розыска, см. воровскую поговорку *урки и мурки играют в жмурки*, *Муркой* могли быть как женщина, так и мужчина. Благодаря необыкновенному успеху воровской песни в исполнении Л. Утёсова, записанной на грампластинку, слово перешло в 30-е гг. XX века в общенародный русский язык.

Особое место при анализе отводится арготизмам, имеющим разные значения в криминальном мире и в законопослушном обществе, см. лексемы: *голубок* (от арготизма *голубой* = *опущенный*, то есть «тот, с кем совершили насильственный половой акт или измазали нечистотами, тем самым поставив его на низшую ступень криминальной лестницы», синонимами к нему являются *гребень*, *петух*, *кочет*, *пивень*, см. также *кукарекать* – «действовать как *петух*» и проч. Конечно, если эти слова будут произнесены в уголовной среде, то может возникнуть конфликт, вплоть до смертельного исхода, а не только воспримутся как оскорбление. Оскорблённый осуждённый **обязан** по законам тюрьмы защитить свою честь (ударить обидчика, зарезать и проч.), иначе он сам может очутиться на низшей ступени уголовной лестницы. И эксперт-лингвист должен объяснить дознавателю, следователю, суду мотивы совершения преступления.

Следует сказать, что в настоящее время употребление ряда наиболее распространённых уголовных слов становится менее актуальным. Это можно проиллюстрировать на лексеме *козёл*. Его негативная коннотация уже стала не такой актуальной, которая была, например, в 2000 г. Об этом свидетельствуют многочисленные судебные экспертизы. Сейчас его по своей экспрессии заменяет арготическое слово *баран*, созданное по зооморфной аналогии. Причём если лексема *ко-*

зёл обозначала человека, сотрудничающего с правоохранителями, и пассивного гомосексуалиста (в общерусском просторечии оно имело значение сильного оскорбления в адрес мужчины), то слово *баран* стало ещё обозначать и глупого человека, жертву преступления, не способную оказать сопротивления. Несомненно, в появлении новых значений на него оказал влияние арготизм *овца* – «беззащитная жертва преступления». То есть появился параллельный зооморфизм мужского рода. Характерно, что в настоящее время в жаргоне предпринимателей уже не употребляется слово *лох* – в значении «неудачник; человек, который не состоялся в жизни» (пришло из аргоса шулеров, где обозначало жертву карточных мошенников). Заметим, что в речи бизнесменов арготическое слово *баран* произносится очень часто, так как имеет резко отрицательную коннотацию.

Следует подчеркнуть, что арготизмы проникли во все сферы национального русского языка: в молодёжный жаргон, территориальные диалекты, общерусское просторечие и даже в нормированный русский язык.

Показательной в этом отношении является лексема **мошенничество**, перешедшая в юридический подстиль официально-делового стиля, см.:

1. **Мошенничество**, то есть хищение чужого имущества или приобретение права на чужое имущество путём обмана или злоупотребления доверием,

– наказывается штрафом в размере до ста двадцати тысяч рублей или в размере заработной платы или иного дохода осуждённого за период до одного года, либо обязательными работами на срок до трёхсот шестидесяти часов, либо исправительными работами на срок до одного года, либо ограничением свободы на срок до двух лет, либо принудительными работами на срок до двух лет, либо арестом на срок до четырёх месяцев, либо лишением свободы на срок до двух лет (в ред. Федерального закона от 7 декабря 2011 г. № 420-ФЗ).

Слово образовалось от лексемы *мошенник* – изначально тот, кто срезает *мошны* – кошельки для хранения денег. Русский язык выбирал нужные лексемы из этимологически родственных синонимов: *мехорез*, *мешкорез*, *мешкорезник*, *мошнорез*, *мошнорезец*, *мо-*

шонкорез, мошенник, – восходят к древнерусскому слову *мошна* – [4, с. 540; 553]. Часть арготизмов даже стали официальными топонимами: *Жигули* (название гор), Жиганск (город в Сибири), Хабаровск.

Можно говорить о многих других лексемах, перешедших в разговорный литературный язык: *двурушник* – лицемер (из аргю нищих), *очковтирательство* (из аргю шулеров), *беспредел* – высшее беззаконие (из аргю воров в законе) и т. д.

В аргю имеется большое структурно-генетическое гнездо с корнем-словом *мент* (см.: [4, с. 535-537]) – всего 46 слов и фразеологизмов. И только несколько слов вошло в общенародный русский язык (в просторечие): *мент, ментовка, ментяра, ментовской*.

Аргю (как и всю криминальную субкультуру) сейчас ждут сильные изменения: государство начало жёсткую борьбу с лидерами ОПГ, среди которых немало *воров в законе*. Уголовная статья за руководство ОПГ (ст. 210 УК РФ) впечатляет – пятнадцать лет лишения свободы. Ослабление верхушки криминального мира – *воров в законе* – изменит идеологию профессиональных преступников. Они будут вынуждены приспосабливаться к современным условиям. И это всё отразится в аргю.

Несомненно, *воры в законе* в настоящее время находятся в растерянности, но после какого-то времени они обязательно перейдут в наступление. Скорее всего, будут поддерживать обиженных политиков. И это также отразится в их аргю.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Можно констатировать, что последние годы пласт общенародной лексики значительно пополнился арготическими единицами.

Причём слова преступников всё чаще используются в речи людей, не являющихся представителями криминального мира. Отвечая на вопрос, каким образом лексемы асоциальных элементов так легко усваиваются представителями законопослушной части русскоговорящего населения, мы обратились к текстам, которые являются общедоступными, более того, созданы для народа и при этом традиционно считаются литературными. Это тексты СМИ, в которых ис-

пользуется криминальная тематика. По этому поводу лингвист В.В. Химик писал: «Некоторые ограничения предполагает и так называемая публичная речь – повествование, предназначенное для широкого, массового восприятия. Прежде всего, это устные и письменные формы средств массовой коммуникации, передачи телевидения, радио, публикации общенациональных и региональных газет и журналов, рекламные тексты» [5, с. 8].

Известно, что средства массовой информации на сегодняшний день имеют очень большое влияние на общественное сознание. Но нынешнее состояние лексики, употребляемой в СМИ, не соответствует общепринятым литературным канонам. Это отмечают большинство лингвистов. «Жаргонные слова и обороты, – считает исследователь Л.П. Крысин, – далеко не редкость и в литературной речи. Сначала жаргонная лексика просачивалась главным образом в устно-разговорную её разновидность, затем, ближе к нашим дням, – в язык средств массовой информации, а потом широким потоком хлынула в публицистику, в публичные выступления политиков, депутатов и даже писателей» [6, с. 214].

Во многом процесс нейтрализации арготизмов связан с изменением функций лексики криминальных элементов, а также массовым влиянием арготизмов на общенародный русский язык. Важно подчеркнуть, что большинством населения многие арготизмы уже не воспринимаются как лексемы, пришедшие из криминального мира, см. примеры: *разборка* – разбирательство, *стрелка* – встреча, *забить стрелку* – договориться о встрече.

В настоящее время также наблюдается любопытный криминальный процесс: проникновение «письменной» формы аргю – татуировок в законопослушное общество (прежде всего в молодёжную среду). Причём воспринимаются они как один из видов искусства – боди-артом. Более того, молодые люди не видят (или не понимают?) физического и духовного вреда для себя и окружающих. За последние три года использование криминальных татуировок резко увеличилось. Некоторые молодые люди стали наносить рисунки и высказывания профессио-

нальных уголовников на фаланги пальцев и даже на лицо. Заметим при этом, что многие тюремные татуировки не воспринимаются молодёжью как криминальные.

Если идеологические аспекты сходны у жертвы и представителя криминального мира, то последнему легче навязать представителю законопослушной части общества свою субкультуру

Стокгольмский синдром (англ. *Stockholm Syndrome*) – термин, описывающий защитно-бессознательную травматическую связь, взаимную или одностороннюю симпатию, возникающую между жертвой и агрессором в процессе захвата, похищения и/или применения угрозы или насилия. Под воздействием сильного переживания заложники начинают сочувствовать своим захватчикам, оправдывать их действия и, в конечном счёте, отождествлять себя с ними, перенимая их идеи и считая свою жертву *необходимой* для достижения «общей» цели².

Парадокс при *стокгольмском синдроме* заключается ещё и в том, что преступник убеждается в правоте своих действий. Как, например, в случае с лесными разбойниками XVI–XIX веков, о которых крестьяне говорили, что те никогда не грабили бедного человека, а только богатых, часто не понимая, что грабить его нечего, если нет денег. Среди сельского населения было распространено мнение, что разбойники делились с крестьянами награбленным. А как иначе? Они обязательно должны иметь в деревнях своих людей: наводчиков, пристанодержателей, фельдшеров, коновалов, любовниц и проч. Тем самым разбойники имели ореол защитников бедняков. То есть лесные преступники преследовали практическую цель. Точно так же как и беглые каторжники. См. строчки из известной старой каторжанской песни: «Хлебом кормили крестьянки меня, / Парни снабжали махоркой». Крестьяне задабривали беглых, чтобы те не сожгли деревню. Одними из таких криминальных «добрых» преступников были волжский и каспийский пират С. Разин, бандит Г. Котовский, грабитель Камо (Тер-Петросян). Употребление языка криминальных элементов настолько увлекло

общество, что оно стало считать в 20-х гг. XX века «буржуями» часть интеллигенции, которая не использовала в речи арготизмы и нецензурные выражения. Их «неиспользование» интеллигентной частью общества влекло за собой определённое недоверие со стороны пролетариата, вплоть до ареста ЧК. Преступники приветствуются законопослушным населением, если официальная власть совершает преступления гораздо чувствительнее в отношении законопослушного общества, чем сами уголовники.

З. Фрейд в своё время использовал слово *идентификация*, то есть жертва и преступник – это одно целое, а значит, применительно к нашему исследованию, жертва должна перенимать и духовные (а лучше сказать, контрпродуктивные) ценности.

В распространении и адаптации криминальной субкультуры в законопослушной среде виноваты кино и Интернет. Например, до сих пор среди населения популярны сериалы «Бригада» (15 серий), «Ментовские войны» (11 серий). И зрители требуют продолжения. Продолжения того, как убивают, насилюют, грабят законопослушных лиц, издеваются над порядочными представителями правоохранительных органов и показывают торжество криминального мира.

Регулярное использование арготизмов представителями власти, людьми, издающими законы страны, часто обращающихся к гражданам через средства СМИ (то есть через систему, которая все ещё считается гражданами Российской Федерации эталонной системой трансляции информации) оказывает несомненное влияние на сознание носителей русского языка.

Если использование арготизмов в прямом эфире можно объяснить излишней эмоциональностью и неспособностью ораторов контролировать себя, то употребление лексем языка криминальных элементов в печатных СМИ и на сайтах информационных интернет-ресурсов не может быть оправдано только человеческим фактором. Любой авторский, а тем более публицистический текст проходит несколько стадий проверки перед попаданием на страницы информационных изданий.

² Психологи на b17.ru: сайт. URL: <https://www.b17.ru/article/stockholmsyndrome/> (опубликовано: 18.04.2021, дата обращения 24.12.2021).

Тем не менее, очень большое число арготизмов попадает в тексты средств массовой информации.

Большинство воровских лексем употребляется напрямую: авторы текстов СМИ уже не используют кавычки как средство для акцентирования несоответствия слова общему контексту в стилистическом смысле.

В последнее время наблюдается частое употребление грубой и ненормированной лексики в любой сфере и при любом языковом общении. Основную массу этой лексики составляют арготические слова (см. примеры: *лимон*, *лямка* – «миллион», *бухать* – «выпивать», *балдёж* – «наслаждение» и др.). Ситуация в настоящее время осложняется ещё и тем, что арготизмы проникают в высокие пласты русской лексики, в том числе и в литературный (нормированный) язык.

То, что арготизмы активно вторгаются в язык, показал опрос, проведённый нами в студенческой среде. Интервьюирование показало, что в результате снижается уровень нейтрального пласта языка, а значит, и вся речь становится грубее. При этом осуществляется лишь эмоциональное воздействие, а информации передаётся меньше. Всё это происходит в ущерб выразительности общенародного языка.

Об этом свидетельствует следующий опрос студентов.

Вопрос: Мешают ли вам отступления от норм употребления языка (арготизмы) в речи окружающих?

Ответы: Да, мешают – 59 %. Стараюсь их не замечать – 32 %. Не обращаю на это внимания – 9 %.

Вопрос: Испытываете ли вы трудности при переводе арготических слов?

Ответы: Испытываю серьёзные проблемы – 76 %. Имеются незначительные трудности – 21 %. Проблем нет – 3 %.

Между тем почти все студенты жалуются на отсутствие нужной учебно-методической литературы.

Вот основные трудности перевода арготизмов на другие языки:

1) в переводе общерусских обозначений тех реалий, которые имеют место только в России;

2) соответствие развития одного народа с другим. И, как вывод: различия преступного мира в одной стране, с одной стороны, и с другой стороны, – в России;

3) в эмоциональном отношении, то есть неэмоциональный арготизм переводится эмоциональным арготизмом и наоборот, отсюда – потеря окраски или оттенков значения.

Известно, что арготизмы обладают исключительной экспрессивностью [7]. Но она разная у представителей криминала разных стран. На этот факт обращает внимание профессор О.С. Сапожникова (см.: [8, с. 32-74]).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Из всего сказанного можно сделать следующий вывод: процесс адаптации арготизмов в общенародный язык должен быть изучен. Думается, важным для этого должен быть словарь адаптированных арготизмов. Он мог бы сыграть чрезвычайную роль для культурологов, экспертов-лингвистов и переводчиков.

Список источников

1. Грачёв М.А. Интервенция криминального языка // Наука и жизнь. 2009. № 4. С. 128-132.
2. Трахтенберг В.Ф. Блатная музыка: («Жаргон» тюрьмы): По материалам, собр. в пересыл. тюрьмах: Петерб., Моск. («Бутырки»), ... [и др.] / под ред. и с предисл. проф. И.А. Бодуэн-де-Куртенэ. Спб.: Тип. А.Г. Розена, 1908. 116 с.
3. Потапов С.М. Словарь жаргона преступников (блатная музыка). М.: Народный комиссариат внутренних дел, 1927.
4. Грачёв М.А. Словарь тысячелетнего русского арга. М.: РИПОЛ-Классик, 2003. 1240 с.
5. Химик В.В. Большой словарь русской разговорной экспрессивной речи (Предисловие). СПб.: Норинт, 2004. 768 с.
6. Крысин Л.П. О русском языке наших дней: Изменяющийся языковой мир. Пермь, 2002. 314 с.
7. Руденко М.Ю. Исследование арга, жаргона и сленга: вопросы терминологии // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2016. № 5 (59): в 3 ч. Ч. 3. С. 127-134.

8. Сапожникова О.С. Разговорная речь в коммуникативной структуре художественного текста: (На материале фр. яз.). Н. Новгород: Изд-во Нижегород. гос. ун-та им. Н.И. Лобачевского, 2001. 254 с.

References

1. Grachev M.A. Interventsiya kriminal'nogo yazyka [Crime language intervention]. *Nauka i zhizn' – Science and Life*, 2009, no. 4, pp. 128-132. (In Russian).
2. Trakhtenberg V.F. *Blatnaya muzyka: («Zhargon» tyur'my): Po materialam, sobrannym v peresylayemykh tyur'makh: Peterb., Mosk. («Butyrki»), ... [i dr.]* [Thieves' Music: ("Jargon" of the Prison): Based on Materials Collected in Forwarded Prisons: St. Petersburg, Moscow ("Butyrki"), ... [et al.]. St. Petersburg, A.G. Rozen Typography, 1908, 116 p. (In Russian).
3. Potapov S.M. *Slovar' zhargona prestupnikov (blatnaya muzyka)* [Criminal Jargon Dictionary (Thieves Music)]. Moscow, People's Commissariat for Internal Affairs Publ., 1927. (In Russian).
4. Grachev M.A. *Slovar' tysyacheletnego russkogo argo* [Dictionary of Millennial Russian Slang]. Moscow, RIPOL-Classic Publ., 2003, 1240 p. (In Russian).
5. Khimik V.V. *Bol'shoy slovar' russkoy razgovornoy ekspressivnoy rechi (Predisloviye)* [Big Dictionary of Russian Colloquial Expressive Speech (Foreword)]. St. Petersburg, Norint Publ., 2004, 768 p. (In Russian).
6. Krysin L.P. *O russkom yazyke nashikh dney: Izmenyayushchiysya yazykovoy mir* [About the Russian Language of Our Days: The Changing Language World]. Perm, 2002, 314 p. (In Russian).
7. Rudenko M.Y. Issledovaniye argo, zhargona i slenga: voprosy terminologii [Argot, jargon and slang studies: the problems of terminology]. *Filologicheskiye nauki. Voprosy teorii i praktiki – Philology. Theory & Practice*, 2016, no. 5 (59): in 3 pts, pt 3, pp. 127-134. (In Russian).
8. Sapozhnikova O.S. *Razgovornaya rech' v kommunikativnoy strukture khudozhestvennogo teksta: (Na materiale frantsuzskogo yazyka)* [Colloquial Speech in the Communicative Structure of a Literary Text: (Based on the French Language)]. Nizhny Novgorod, Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod Publ., 2001, 254 p. (In Russian).

* Международное общественное движение «Арестантское уголовное единство» (другие используемые наименования «Арестантский уклад един», «Арестантское уркаганское единство», АУЕ, А.У.Е.) включено в Перечень запрещённых в Российской Федерации экстремистских организаций и его деятельность на территории России запрещена (решение Верховного суда Российской Федерации от 17.08.2020 и дополнительное решение Верховного суда Российской Федерации от 02.10.2020).

Информация об авторе

Грачёв Михаил Александрович, доктор филологических наук, профессор кафедры преподавания русского языка как родного и иностранного, Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н.А. Добролюбова, г. Нижний Новгород, Российская Федерация, ORCID: [0000-0001-7972-4033](https://orcid.org/0000-0001-7972-4033), ma-grachev@mail.ru

Вклад в статью: разработка идеи, общая концепция статьи, анализ результатов опроса, написание и оформление статьи.

Статья поступила в редакцию 12.01.2022
Одобрена после рецензирования 07.04.2022
Принята к публикации 21.04.2022

Information about the author

Mikhail A. Grachev, Doctor of Philology, Associate Professor, Professor of Teaching Russian as Native and Foreign Language Department, N. A. Dobrolyubova State Linguistic University of Nizhny Novgorod, Nizhny Novgorod, Russian Federation, ORCID: [0000-0001-7972-4033](https://orcid.org/0000-0001-7972-4033), ma-grachev@mail.ru

Contribution: idea development, main study conception, survey results analysis, manuscript drafting and design.

The article was submitted 12.01.2022
Approved after reviewing 07.04.2022
Accepted for publication 21.04.2022

Неофилология

Neofilologiya = Neophilology

ISSN 2587-6953 (Print)

<http://journals.tsutmb.ru/neofilology/>

ISSN 2782-5868 (Online)

Перечень ВАК, ПИНЦ, DOAJ, Ulrich's Periodicals Directory, EBSCO, ResearchBib, CrossRef, НЭБ «eLIBRARY.RU», ЭБ «КиберЛенинка»

НАУЧНАЯ СТАТЬЯ

УДК 343.148:81'33

DOI 10.20310/2587-6953-2022-8-2-218-227

О пределах применения в лингвоэкспертной практике понятия речевой стратегии дискредитации

Елизавета Аркадьевна КОЛТУНОВА¹ ✉, Игорь Вениаминович ЖАРКОВ²

¹ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского»

603950, Российская Федерация, г. Нижний Новгород, просп. Гагарина, 23

²РОО «Гильдия лингвистов-экспертов по документационным и информационным спорам»

129164, Российская Федерация, г. Москва, ул. Кибальчича, 11, корп. 1

✉ koltunova52@yandex.ru

Аннотация. Предметом исследования являются возможность, целесообразность и допустимость применения понятия речевая стратегия дискредитации в процессе осуществления деятельности экспертов и специалистов в сфере судебной лингвистической экспертизы. Актуальность анализа обусловлена существованием тенденции к введению понятий дискредитации и речевой стратегии дискредитации в нормы действующего законодательства и (или) практику судебной лингвистической экспертизы. В ходе исследования выявлены значимые признаки данной речевой стратегии, высказываются и обосновываются суждения о релевантности как самого понятия речевой стратегии дискредитации в целом, так и её основных тактик для решения ограниченного круга экспертных задач, связанных с выявлением признаков унижения чести и достоинства, умаления деловой репутации физического и (или) юридического лица, оскорбления и клеветы, лишь в тех случаях, когда в спорном тексте выявляются негативные сведения, выраженные в форме утверждения (верифицируемые), в отношении указанных лиц. Подробно проанализирован пример некорректного обращения к понятийному аппарату речевой стратегии дискредитации в судебно-экспертном исследовании, проведённом по делу о защите деловой репутации юридического лица. По результатам описанного исследования установлены вытекающие из природы судебно-экспертной деятельности ограничения в использовании понятия речевой стратегии дискредитации, не характерные для деятельности научно-исследовательской.

Ключевые слова: лингвистическая экспертиза, стратегия дискредитации, порочащая информация, языковые средства, форма высказывания, утверждение о фактах, мнение, границы компетенции

Для цитирования: Колтунова Е.А., Жарков И.В. О пределах применения в лингвоэкспертной практике понятия речевой стратегии дискредитации // Неофилология. 2022. Т. 8, № 2. С. 218-227. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2022-8-2-218-227>



Материалы статьи доступны по лицензии [Creative Commons Attribution \(«Атрибуция»\) 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) Всемирная



The limits of application of discrediting speech strategy concept in lingvo-expert practice

Elizaveta A. KOLTUNOVA¹ ✉, Igor V. ZHARKOV²

¹Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod

23 Gagarin Ave., Nizhny Novgorod 603950, Russian Federation

²RPO "Guild of Linguistic Experts in Documentation and Information Disputes"

Bldg 1, 11 Kibalchicha St., Moscow 129164, Russian Federation

✉ koltunova52@yandex.ru

Abstract. The subject of the study is the possibility, feasibility and admissibility of the concept of discrediting speech strategy in the process of carrying out the activities of experts and specialists in the field of forensic linguistic expertise. The relevance of the analysis is due to the existence of a tendency to introduce the concepts of discrediting and the discrediting speech strategy into the norms of the current legislation and (or) the practice of forensic linguistic expertise. In the course of the study, significant features of this speech strategy were identified, and judgment about the relevance of both the concept of a discrediting speech strategy in general and its main tactics for solving a limited range of expert tasks related to identifying signs of humiliation of honor and dignity, defamation of business reputation of physical person and (or) legal person, insulting and slander were made and justified (only in cases, when in the disputed text negative information, expressed in the form of an assertion (verifiable) in relation to these persons was identified). An example of an incorrect appeal to the conceptual framework of the discrediting speech strategy in forensic research conducted for the case of protecting the business reputation of a legal entity was analyzed in detail. Based on the results of the study described in the article, restrictions arising from the nature of forensic activities in the use of the concept of discrediting speech strategy, which are not typical for research activities, were established.

Keywords: linguistic expertise, discrediting strategy, defamatory information, linguistic means, form of speech, statement of facts, opinion, limits of competence

For citation: Koltunova E.A., Zharkov I.V. O predelakh primeneniya v lingvoekspertnoy praktike ponyatiya rechevoy strategii diskreditatsii [The limits of application of discrediting speech strategy concept in lingvo-expert practice]. *Neofilologiya – Neophilology*, 2022, vol. 8, no. 2, pp. 218–227. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2022-8-2-218-227> (In Russian, Abstr. in Engl.)



This article is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



ВВЕДЕНИЕ

В современной лингвистической экспертизе всё более актуальной становится проблема дискредитации физического или юридического лица, особенно применительно к статьям 152 ГК РФ, 5.61 КоАП РФ, 319 УК РФ и др. Причина появления новых формулировок в вопросах, которые ставятся перед экспертами (*Содержатся ли лингвистические признаки дискредитации гражданина Н.?*), по-видимому, в значительной степени

связана с попыткой лингвистов «уйти» от формулировки правового понятия *порочащей информации*, декларируемой Постановлением ВС РФ № 3 (п. 7) от 24 февраля 2005 г. «О судебной практике по делам о защите чести и достоинства граждан, а также деловой репутации граждан и юридических лиц», и перевести указанную дефиницию в близкое экспертам «лингвистическое поле». Так, в статье профессора Т.В. Чернышовой словарный анализ лексемы *порочащий* связан с его трактовкой через синонимический ряд: *шель-*

мующий, носящий, замарывающий, позорящий, бесчестящий, **дискредитирующий**, бесславящий, срамящий, компрометирующий, охаивающий, охульный, пятнающий, чернящий, грязнящий, поносный, инсинуационный, опорочивающий, обесславливающий, ослабляющий (см.: [1, с. 229]).

Сходным образом, через понятие дискредитации, дефинируется составной термин «унижение чести и умаление достоинства» в учебнике по лингвистической экспертизе проф. Е.И. Галяшиной: «Унижение чести и умаление достоинства есть сознательная дискредитация человека в общественном мнении (унижение чести) или такое воздействие на общественное мнение, которое противоречит достоинству личности как её неотъемлемому праву независимо от общественного мнения о нём и от его самосознания (умаление достоинства)» [2, с. 254]. И при определении интенциональности автором учебника используется тот же термин: «Целенаправленный выбор языковых средств, направленных на **дискредитацию** положительных качеств и действий лица, формирует его негативный имидж, служит для доказывания того, что распространённые об истце сведения носят порочащий характер. <...> Если же содержание слова, выражения, высказывания связано с негативной оценкой деятельности, действия, поведения, то оно оценивается как имеющее лингвистические признаки умаления, **дискредитации**» [2, с. 255, 261].

К сожалению, прослеживается также и совместное стремление некоторых правоприменителей и экспертов к использованию понятия дискредитации для «обхода» однозначных и понятных правил, де-факто введённых упомянутым Постановлением ВС РФ № 3 с опорой на практику Европейского суда по правам человека, предписывающих обязательное отграничение сведений, выраженных в форме утверждений о фактах, от выражения мнений и убеждений, включая форму негативнооценочных суждений.

ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

В связи с изложенным применение понятий *дискредитации* и *умаления* требует от эксперта особой осторожности и заставляет вспомнить об обязанности лингвиста сообщать

звать все свои действия с общей задачей судебно-экспертной деятельности, закреплённой в статье 2 закона «О государственной судебно-экспертной деятельности в Российской Федерации» и состоящей в содействии правоприменителю в установлении с использованием специальных знаний обстоятельств, имеющих доказательственное значение по делу. Выявление лингвистических признаков стратегии дискредитации для квалификации любых негативнооценочных суждений, формально верное и не вызывающее само по себе каких-либо сомнений, способно тем не менее в обстоятельствах конкретного дела, связанного с защитой чести, достоинства и деловой репутации, создавать предпосылки для введения суда в заблуждение, не являясь достаточным для различения добросовестной критики, эксплицируемой в тексте в том числе негативными оценками и выводами, с одной стороны, и подлежащих верификации потенциально порочащих сведений, с другой стороны. Сказанное обуславливает актуальность задачи выяснения пределов применения понятийного аппарата, связанного с понятием *дискредитация*, в сфере судебной лингвистики.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

В современном русском литературном языке имя существительное «дискредитация» является производным от глагола «дискредитировать», значение которого в словарях современного русского языка толкуется следующим образом:

а) в словаре под ред. С.А. Кузнецова (2003): **ДИСКРЕДИТИРОВАТЬ**, -рую, -руешь; св. и нсв. [от франц. *discréditer*], *кого-что*. Подорвать-подорывать доверие к кому-, чему-л., умалить – умалить чей-л. авторитет. *Д. власть* < Дискредитироваться, -руется; *страд.* Дискредитация, -и, *ж.* Дискредитирование, -я¹;

б) в словаре Т.Ф. Ефремовой: **ДИСКРЕДИТИРОВАТЬ** – Подорывать доверие к кому-л., чему-л., умалить чей-л. авторитет, достоинство, значение²;

¹ Современный толковый словарь русского языка / под ред. С.А. Кузнецова. СПб.: Норинт, 2003. С. 163.

² Ефремова Т.Ф. Новый толково-словообразовательный словарь. М.: Дрофа, 2000. Т. 1. С. 388.

в) в Словаре русского языка в четырёх томах под ред. А.П. Евгеньевой (1999). ДИСКРЕДИТАЦИЯ -и, ж. – Подрыв доверия к кому-, чему-л., умаление авторитета, значения кого-, чего-л.; дискредитирование. ДИСКРЕДИТИРОВАТЬ, -рую, -руешь; сов. и несов., перех. – Подорвать (подрывать) доверие к кому-л., чему-л., умалять чей-л. авторитет, значение³;

г) в Толковом словаре русского языка С.И. Ожегова и Н.Ю. Шведовой (2003): ДИСКРЕДИТИРОВАТЬ, -рую, -руешь; -анный; сов. и несов., кого (что) (книжн.) – Подорвать (подрывать) доверие к кому-л., чему-н., умалять (-лять) чей-н. авторитет⁴.

Таким образом, в семантическом комплексе, входящем в значение лексемы *дискредитация*, реализуется и сема «умаление [авторитета, достоинства и др.]». Однако общеупотребительное значение этого слова чрезвычайно расширяет спектр лингвоэкспертных признаков понятия «порочающая информация», «информация, унижающая честь и достоинство физического или юридического лица». Действительно, согласно вышеприведённым значениям, подорвать чей-либо авторитет можно и не используя высказываний негативного характера в форме утверждений о фактах, а выражение негативного мнения о ком-либо или негативной оценки кого-либо вполне может входить в понятие дискредитация и быть важнейшим признаком унижения чести и достоинства. Подобный подход способствует настороженному отношению, в том числе у правоприменителя, являющегося непосредственным потребителем продуктов судебно-экспертной деятельности, к любой негативной оценке и выражению любого негативного мнения, включая добросовестную критику.

Кроме того, учитывая в целом неоспоримое положение о том, что указанная речевая стратегия «включает в себя **планирование (прогнозирование)** процесса речевой коммуникации в зависимости от конкретных условий общения и личностей коммуникантов, а также реализацию этого плана. ...то есть представляет собой комплекс речевых

действий, направленных на достижение коммуникативной цели» [3, с. 56, 93; 4, с. 181-182], и понимая сложность лингвистического доказывания интенциональности текста, серьёзные сомнения вызывает возможность применения концепции речевой стратегии дискредитации для оценки высказываний в чатах, даже профессиональных, не говоря уж о развлекательных и чатах – «болталках», для которых характерны быстрые смены темы и участников общения. О «размытости границ текста», интерактивности, политематичности, эффекте «автоматического письма» чат-коммуникации написано немало (см., например, [5; 6]). И если для экспертного анализа подготовленных журналистами текстов СМИ использование данной стратегии вполне релевантно, то применение инструментария стратегии дискредитации к неподготовленным, «малоформатным» типам интернет-текстов, попадающих в сферу экспертной деятельности лингвистов, по меньшей мере, затруднено в силу существенно неполного соответствия и даже противоречия процесса порождения этих текстов базовым понятиям, формирующим данную концепцию: идеи планирования и реализации плана с очевидностью не в полной мере совмещаются с такими свойствами коммуникации, как «автоматическое письмо», быстрая смена тем и участников общения.

В подавляющем большинстве случаев лингвисты-эксперты (специалисты), выявляя лингвистические признаки дискредитации, используют алгоритмы, предложенные известными лингвистами О.С. Иссерс [3; 4] и Н.Б. Руженцевой [7], которые учитывают коммуникативную направленность стратегии дискредитации – снижение «положительного образа» адресата или объекта дискредитации, подрыв доверия к кому-либо, умаление авторитета и значимости дискредитируемого лица, изменение мнения о нём, вызывание сомнения в его положительных качествах, создание образов врага или убийцы и т. д. Это речевое воздействие, в результате которого адресат или объект должен быть «обижен, причём несправедливо, оскорблён», должен «чувствовать себя объектом насмешки» [4]. Этот эффект усиливается в присутствии третьих лиц – такая ситуация характеризуется О.С. Иссерс как **опосредованная дискре-**

³ Словарь русского языка в четырёх томах / под ред. А.П. Евгеньевой. М.: Рус. яз., 1999. Т. 1. С. 402.

⁴ Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка. М.: Азбуковник, 2003. С. 167.

дита́ция, при которой адресат речевого акта занимает позицию **наблюдателя** и является обязательным участником, в то время как сам оскорбляемый присутствует лишь «потенциально», он не может ответить на оскорбления и обвинения. Речевой стратегии дискредитации соответствуют конкретные **речевые тактики**. Так, тактика отрицательной оценки качеств личности или личности в целом состоит в умалении достоинства, авторитета адресата, его оскорблении, издёвке, осмеянии, нанесении обиды [3, с. 161-162; 7, с. 98-102], а для реализации тактики отрицательной оценки действий, направленной на то, чтоб подчеркнуть ответственность личности за порицаемое действие на основании собственных представлений коммуниканта, избираются такие речевые действия, как упрёк, обвинение, осуждение, порицание. Отмечается также, что «только **несправедливые** обвинения способны сильно задеть чувства оскорбляемого, унижить и уязвить его, поэтому говорящему «запрещается» использовать доводы, соответствующие реальному положению дел, по крайней мере, не преувеличенные».

В коммуникативно-прагматические признаки речевого акта дискредитации входят коммуникативная направленность с целевой составляющей «умаление чести и достоинства, репутации, деловых качеств объекта дискредитации»; наличие речевых актов несправедливого обвинения, оскорбления, издёвки, насмешки, некорректной иронии и пр.

Основными содержательно-композиционными признаками речевого акта дискредитации являются несоответствие темы текста его содержанию, наличие многочисленных отступлений от темы, отклонений от изложения фактической стороны дела, оценочные, эмоционально-экспрессивные характеристики личности, её свойств и поступков; создание «ложного образа действительности» в нужном для говорящего направлении, «намеренная трансформация картины мира», наличие логических противоречий, алогизмов, ссылок на неопределённые или неизвестные источники информации.

К речевым признакам речевого акта дискредитации относятся амплификация – избыточное нагнетание средств языковой экспрессии с целью формирования определённого

отношения адресата к излагаемому содержанию (эффект «магии слова»); использование слов и выражений с негативной окраской, не вызванное практической необходимостью; неуместное использование разговорных, просторечных, жаргонных языковых средств, в том числе инвективных (бранных, оскорбительных слов и выражений), не соответствующее общему стилю, строю текста; неуместное для речевых актов сообщения использование эмоционально-экспрессивных конструкций; «навешивание ярлыков», ирония, недобросовестное цитирование в негативно-оценочных контекстах, прецедентные тексты и др. [3, с. 162-176; 4, с. 116-167; 7, с. 86-104, 128-131, 217-219].

Часть перечисленных признаков (например, направленность на умаление чести и достоинства, репутации, деловых качеств объекта дискредитации, рассматриваемая как свойство текста, которое может быть установлено в ходе лингвистического исследования объективными методами его анализа; наличие речевых актов оскорбления (=нанесения обиды, выражения резко негативной обобщённой оценки личности), издёвки, насмешки, иронии, обвинения и др.; изложение негативных фактов и событий, присутствие эмоционально-оценочных суждений негативного плана и т. п.) **тождественны более общему признаку наличия в тексте негативной в отношении определённого лица информации**, имеющей различные формы выражения.

Другая часть признаков речевой стратегии дискредитации предполагает верификацию лингвистом сведений, содержащихся в спорном тексте, с установлением соответствия либо несоответствия их действительности:

- определение тех или иных присутствующих в тексте обвинений как несправедливых;
- установление того, что создаваемый текстом образ действительности является «ложным» – здесь, видимо, предполагается, что лингвист должен вынести суждение о том, какой образ действительности является «истинным», единственно верным, а какой таковым не является;
- установление факта некорректности изложения сведений и событий, фактов опускания важных подробностей и искаже-

ния фактической стороны излагаемых событий, которая, видимо, должна быть доподлинно известна лингвисту, анализирующему описывающий это события текст; установление того, какое именно изложение событий является объективным и соответствует риторической стратегии *dedicto*;

– приведение не относящихся к делу подробностей – здесь эксперту предлагается полностью взять на себя функцию определения круга обстоятельств, значимых для решения дела;

– etc., –

что вполне возможно и не возбраняется в научно-исследовательской деятельности, но в общем случае совершенно неуместно в рамках деятельности судебно-экспертной, поскольку с неизбежностью влечёт **выход эксперта или специалиста-лингвиста за пределы его ограниченной процессуальной компетенции.**

Установление признака наличия ссылки на неопределённые или неизвестные источники является обязательным в рамках решения задачи определения формы высказываний, содержащих негативную информацию: оставаясь в русле решения общей задачи судебно-экспертной деятельности, эксперт не может не указывать субъект суждений, высказанных в тексте (авторское утверждение о фактах vs утверждение лица X о фактах vs утверждение о фактах со ссылкой на неопределённый/анонимный источник сведений и т. п.). Выявление данного признака как признака речевой стратегии дискредитации является избыточным по отношению к экспертным задачам, подлежащим обязательному решению по так называемым «диффамационным» делам.

Иные описанные в специальной литературе по лингвистической конфликтологии (например, [8]) и теории речевого воздействия (например, [4; 9]) признаки речевой стратегии дискредитации (несоответствие содержания спорных или потенциально спорных высказываний по теме текста; многочисленные отступления от темы; несоответствие заглавия и выводов, вступления и заключения; наличие логических противоречий, алогизмов) по существу сводятся в выявлению в тексте внутренних противоречий и являются лингвистическими признаками заведомости

ложных сведений. Их установление входит в обязательные задачи лингвистической экспертизы по делам о клевете (а также некоторых иных категорий дел, связанных с понятием распространения заведомо ложной, заведомо недостоверной информации), где эти признаки подлежат учёту в качестве важных специальных показателей, которые могут быть приняты правоприменителем во внимание при установлении умысла. Соответственно, выявление этих признаков как признаков речевой стратегии дискредитации является нерелевантным для лингвистической экспертизы по делам таких категорий.

Нетрудно заметить, что единственный способ реализации речевой стратегии дискредитации, независимо от выбора той или иной тактики, состоит в последовательном, систематическом сообщении негативной информации (любого рода и в любых формах) о лице, являющемся объектом дискредитации, его взглядах и убеждениях, деятельности, деловых и личных качествах, отдельных действиях и поступках в форме значимого бездействия. Наличие в тексте негативной информации о лице (безотносительно к тому, выражается эта информация в форме утверждения о фактах или в различных формах мнения) безусловно является одним из признаков речевой стратегии дискредитации, но вывод о том, что речевое поведение автора действительно реализует эту стратегию, может быть получен лишь на основе установления совокупности иных признаков, определяемых методами, применение которых выводит эксперта-лингвиста за пределы его процессуально ограниченной специальной компетенции.

Речевая стратегия дискредитации исключается в ситуациях, когда негативная информация о лице чередуется со сведениями, позитивно его характеризующими.

В контексте дел о клевете (в меньшей степени – дел о защите чести, достоинства и деловой репутации) значимым может быть вывод об отсутствии в тексте признаков реализации речевой стратегии дискредитации (например, вследствие обнаружения в спорном тексте как негативной, так и позитивной информации об истце), поскольку такое отсутствие может быть решающим фактором при установлении умысла. Присутствие же в

тексте признаков речевой стратегии дискредитации является прямым следствием выявления негативной в отношении определённого лица информации и отсутствия в тексте информации, позитивно характеризующей это лицо; вывод о выявлении таких признаков фактически является иной формой вывода о наличии в спорном тексте негативного, критического содержания.

Не следует также забывать о том, что в связи с комплексным характером явления речевой стратегии дискредитации в рамках лингвистического судебно-экспертного исследования корректно говорить исключительно о **специальных лингвистических признаках** реализации этой стратегии, но не о факте её реализации.

Примером, иллюстрирующим сказанное выше, может послужить одно из заключений специалиста Н., в котором на вопрос о наличии стратегии дискредитации (предложенный, как представляется, именно лингвистом) был получен следующий ответ: «...представленный для лингвистического исследования текст содержит коммуникативно-прагматические, содержательно-композиционные и речевые признаки речевой стратегии дискредитации. <...> в число главных коммуникативно-прагматических признаков этой стратегии входит наличие обязательно несправедливой, преувеличенной или искажённой негативной информации о дискредитируемом лице. Это может достигаться в том числе посредством использования манипулятивной риторической стратегии *de re*, которая выражается в нарочитом искажении, переформулировании фактов или перетолковании объективного хода событий в интересах говорящего, с его точки зрения. Вариантом стратегии *de re* выступает переформулированное изложение чужой речи с позиции говорящего, её искажение или приписывание другому лицу того, чего он не говорил.

Например: *«Нам же высокопоставленные маэстро отвечают: да вы быдло, всё равно без специального образования не разберётесь. Плебеи, блин! Да что вы вообще можете понимать в высокой консерваторской тематике?!»*. Очень трудно представить себе, чтобы деятели традиционной академической культуры могли отвечать в таком, близком к нецензурному говорку, фор-

мате. Нетрудно видеть, что нарочитое преувеличенное, с элементом вульгарности, приписывание дискредитируемым лицам самопрометирующего их строя речи является одним из ярких признаков стратегии дискредитации.

Коммуникативными средствами стратегии *de re* выступает, в частности, и навязывание адресату ложных выводов или умозаключений в интересах автора. <...> Примечателен в этом плане следующий фрагмент: *«Взять хотя бы историю, когда безжалостно был устранён из педагогического состава за точку зрения, не совпадающую с ректорской, талантливый педагог-валторнист... И мы обозначили только один из факторов недобора студентов на духовое отделение!»*. Здесь читатель подводится к ложному умозаключению, что одним из факторов недобора студентов на духовое отделение является увольнение педагога за несогласие с ректором.

Ещё одним распространённым приёмом является распространение слухов, ложных измышлений, изложение непроверенных фактов и пр., причём желательно – нелепых и невероятных. В анализируемой статье это выражается в использовании метаязыковых оборотов – маркеров чужой или неопределённой точки зрения: *«По существующему в музыкальной академической среде этикету живому деятелю искусств как-то не с руки столь самозабвенно упиваться собственными регалиями»*. <...>

К содержательно-композиционным признакам стратегии дискредитации относятся разного рода логические несоответствия, отступления, противоречия, тенденциозное изложение фактов и пр. В этом плане сразу бросается в глаза несоответствие между заголовком статьи и дальнейшим изложением. Также к логическим неувязкам относится использование приёма тенденциозной аргументации. При этом в передёргивании аргументации и в подмене фактов оценочными суждениями обвиняется сам герой статьи: *«Сразу стоит оговориться, что он частенько подменяет факты своими оценочными суждениями, при этом допускает множество недоговорок»*. Однако, говоря о передёргивании фактов со стороны героя публикации, автор статьи сам допускает

такое передёргивание. Например, в фрагменте статьи: *«Итак, ректор говорит: «В 2015 году состоялся мой авторский концерт. <...> Данное высказывание – **откровенное передёргивание понятий**. Он почему-то забыл при этом пояснить, что персонально принял участие только во второй части ...концерта. Между тем авторским считается концерт, который целиком состоит из произведений одного композитора». Однако именно здесь – подмена понятий. Авторским считается концерт, посвящённый творчеству композитора, певца или поэта-песенника с участием самого автора, – и только. А формы, мера участия и состав исполнителей не являются классификационными признаками авторского концерта и могут варьироваться в зависимости от нужд организаторов в широких пределах.*

На этом примере можно видеть яркую примету речевой стратегии дискредитации – нарочито преувеличенная, жёсткая, избыточно сильная негативная характеристика свойств или действий лица, события, в котором лицо участвует, которая не соответствует характеру данного свойства, действия или события. Нетрудно заметить, что проблема правильного определения понятия «авторский концерт» по отношению к заявленной теме статьи носит совершенно частный характер и не заслуживает столь пристального внимания и столь жёсткой характеристики <...>

Речевые признаки речевого акта дискредитации в анализируемом тексте выражаются в амплификации с целью сформировать определённое отношение адресата к излагаемому содержанию. В тексте статьи встречаем выражения о консерватории: *«мы обозначили только один из факторов недобора студентов на духовое отделение!», «качество подготовки студентов кафедры струнных инструментов заметно упало», «что обусловлено низким качеством преподавания», «одно из самых важных направлений вуза продолжает пребывать в состоянии проблемного» и др.*, создающие образ упадка консерватории.

Применительно к герою публикации в тексте очевидно постоянное нагнетание выражений, в которых отражаются идеи о злоупотреблении служебным положением

(«пользуясь служебным положением, членством в общественных организациях...»), о любви к большим деньгам («позволяет себе получать многомиллионные гонорары; ...лично получать заоблачные (в сравнении с зарплатами педагогического состава ведомственного учреждения) гонорары»); о его самолюбовании и самовосхвалении («в атмосфере безудержного самолюбования», «самозабвенно упиваться собственными регалиями»). Подобные речевые средства являются сильным манипулятивным средством языковой суггестии (внушения), воздействующим не на рациональную сферу адресата, а на его эмоциональную сферу.

Также для анализируемого текста характерен приём «наклеивания/навешивания ярлыков», гипербол, негативно-оценочных метафор разговорной, жаргонной или просторечной стилиевой принадлежности («осиное гнездо»... «культурные междусобойчики»). Отмеченные признаки реализации речевой стратегии дискредитации на всех трёх уровнях не являются спорадическими (частными), они постоянно присутствуют на протяжении всего текста статьи. Таким образом, на всём пространстве анализируемого текста отчётливо фиксируются всевозможные сигналы и показатели речевой стратегии дискредитации, объектом которой являются герой статьи, управленческий аппарат вуза и само образовательное учреждение.

Отмечая глубокий и эмоциональный анализ специалистом спорного текста, необходимо заметить, что реализация в данной публикации речевой стратегии дискредитации сама по себе ещё не означает, что в тексте содержатся порочащие сведения – не соответствующая действительности выраженная в форме утверждений информация, негативно характеризующая определённое лицо.

ВЫВОДЫ

Таким образом, если не соответствующих действительности утверждений о фактах в тексте не имеется, вывод о реализации признаков речевой стратегии дискредитации не имеет и не может иметь значения для разрешения дела о защите деловой репутации (хо-

тя может свидетельствовать, скажем, о нарушении автором и редакцией СМИ норм журналистской этики или о признаках злоупотребления ими свободой СМИ).

Не лишним будет подчеркнуть, что в сфере судебного речеведения общеизвестно: эксперт-лингвист не может и не должен (не имеет права в силу законодательно установленных ограничений его процессуальной компетенции) заниматься верификацией сведений, содержащихся в исследуемом им тексте. Именно поэтому обязательным для эксперта следует считать учёт обстоятельств конкретного спора, в рамках которого возникла потребность в использовании лингвистических знаний, то есть анализ материалов дела, включающих в себя сведения о том, какая именно содержащаяся в тексте, представленном на экспертизу, информация заявлена в качестве спорной (ложной) одной из сторон – истцом в гражданском деле, заявителем и (или) следствием либо дознанием в делах уголовных или административных, а также в делах об административных правонарушениях. Это позволит эксперту установить круг спорных сведений, потенциально релевантных для разрешения дела. Верификация этих сведений на основе доказательств, представляемых сторонами состязательного судебного процесса, и установление

их истинностного статуса является прерогативой только суда.

В случаях, если утверждения о фактах, содержащие спорные сведения, в тексте действительно будут выявлены с применением традиционных методов судебной лингвистической экспертизы, вывод о признаках реализации речевой стратегии дискредитации может оказаться действительно значимым в определённых случаях: во-первых (не претендуя на полноту перечисления возможных следствий этого вывода), такие признаки определённо свидетельствуют о том, что использованная в тексте порочащая фактология не является результатом случайной ошибки, а её негативный эффект не нивелируется иным содержанием текста; во-вторых, эти признаки могут свидетельствовать о том, что эффект воздействия порочащей фактологии на аудиторию автором намеренно усиливается, а в-третьих, совокупность таких признаков может рассматриваться как один из признаков клеветы – заведомого характера распространения порочащих сведений. Заметим, впрочем, что достаточным для подобной квалификации один лишь этот признак определённо не является, а проблема его обязательности для возможности этой квалификации нуждается в дальнейшем исследовании.

Список источников

1. Чернышова Т.В. Методы анализа речевых актов: возможности и проблемы использования в лингво-экспертной и судебной практике // *ACTA LINGUSTICA PETROPOLITANA*. Труды Института лингвистических исследований РАН. Т. XV. СПб.: ИЛИ РАН, 2019. С. 217-238.
2. Галышина Е.И. Судебная лингвистическая экспертиза. М.: Проспект, 2021. 424 с.
3. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. М.: ЛКИ, 2008. 288 с.
4. Иссерс О.С. Речевое воздействие. М.: Флинта; Наука, 2009. 224 с.
5. Горошко Е.И. Современная интернет-коммуникация: структура и основные параметры // Интернет-коммуникация как новая речевая формация / науч. ред. Т.Н. Колокольцева, О.В. Лутовинова. М., 2012. С. 9-52.
6. Трофимова Г.Н. Языковой вкус интернет-эпохи в России (функционирование русского языка в Интернете: Концептуально-сущностные доминанты). М.: Изд-во РУДН, 2009. 300 с.
7. Руженцева Н.Б. Дискредитирующие тактики и приёмы в российском политическом дискурсе. Екатеринбург, 2004. 294 с.
8. Дымарский М.Я., Черняк В.Д. Речевая конфликтология. СПб.: Изд-во РГПУ, 2008. 215 с.
9. Стернин И.А. Основы речевого воздействия. Воронеж: ВГУ, 2002. 178 с.

References

1. Chernyshova T.V. Metody analiza rechevykh aktov: vozmozhnosti i problemy ispol'zovaniya v lingvo-ekspertnoy i sudebnoy praktike [Methods of analysis of speech acts: opportunities and problems of use in practice of conducting forensic linguistic examinations]. *ACTA LINGUSTICA PETROPOLITANA*. *Trudy In-*

- stituta lingvisticeskikh issledovaniy RAN – ACTA LINGUISTICA PETROPOLITANA. Transactions of the Institute for Linguistic Studies*, vol. 15, St. Petersburg, ILS RAS Publ., 2019, pp. 217-238. (In Russian).
2. Galyashina E.I. *Sudebnaya lingvisticheskaya ekspertiza* [Forensic Linguistic Expertise]. Moscow, Prospekt Publ., 2021, 424 p. (In Russian).
 3. Issers O.S. *Kommunikativnyye strategii i taktiki russkoy rechi* [Communicative Strategies and Tactics of Russian Speech]. Moscow, LKI Publ., 2008, 288 p. (In Russian).
 4. Issers O.S. *Rechevoye vozdeystviye* [Speech Impact]. Moscow, Flinta Publ., Nauka Publ., 2009, 224 p. (In Russian).
 5. Goroshko E.I. *Sovremennaya internet-kommunikatsiya: struktura i osnovnyye parametry* [Modern Internet-communication: structure and basic parameters]. *Internet-kommunikatsiya kak novaya rechevaya formatsiya* [Internet-Communication as a New Speech Formation]. Moscow, 2012, pp. 9-52. (In Russian).
 6. Trofimova G.N. *Yazykovoy vkus internet-epokhi v Rossii (funktsionirovaniye russkogo yazyka v Internetе: Kontseptual'no-sushchnostnyye dominanty)* [Linguistic Flavor of the Internet Era in Russia (Functioning of the Russian Language on the Internet: Conceptual and Essential Dominants)]. Moscow, RUDN Publ., 2009, 300 p. (In Russian).
 7. Ruzhentseva N.B. *Diskreditiruyushchiye taktiki i priyomy v rossiyskom politicheskom diskurse* [Discrediting Tactics and Techniques in the Russian Political Discourse]. Ekaterinburg, 2004, 294 p. (In Russian).
 8. Dymarskiy M.Y., Chernyak V.D. *Rehevaya konfliktologiya* [Speech Conflictology]. St. Petersburg, Russian State Pedagogical University Publ., 2008, 215 p. (In Russian).
 9. Sternin I.A. *Osnovy rehevogo vozdeystviya* [Fundamentals of Speech Impact]. Voronezh, Voronezh State University Publ., 2002, 178 p. (In Russian).

Информация об авторах

Колтунова Елизавета Аркадьевна, кандидат филологических наук, доцент кафедры теоретической и прикладной лингвистики Института филологии и журналистики, Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород, Российская Федерация; главный лингвист-эксперт консалтинговой фирмы «Колтунов и партнёры», член Общественного совета при ГУ МВД по Нижегородской области, координатор Научно-методического совета ГЛЭДИС в регионах России и за рубежом (Нижний Новгород), ORCID: [0000-0003-2601-7954](https://orcid.org/0000-0003-2601-7954), koltunova52@yandex.ru

Вклад в статью: идея статьи, анализ словарей и научной литературы, написание части текста статьи, редактирование.

Жарков Игорь Вениаминович, кандидат филологических наук, начальник научно-методического отдела Гильдии (Санкт-Петербург), Гильдия лингвистов-экспертов по документационным и информационным спорам, г. Москва, Российская Федерация, ORCID: [0000-0003-4069-5938](https://orcid.org/0000-0003-4069-5938), linguexpert@protonmail.com

Вклад в статью: анализ научной литературы, сбор иллюстративного материала, написание части текста статьи.

Конфликт интересов отсутствует.

Статья поступила в редакцию 03.02.2022
Одобрена после рецензирования 15.04.2022
Принята к публикации 21.04.2022

Information about the authors

Elizaveta A. Koltunova, Candidate of Philology, Associate Professor of Theoretical and Applied Linguistics Department of Philology and Journalism Institute, National Research Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod, Nizhny Novgorod, Russian Federation; Chief Expert Linguist of Koltunov and Partners Consulting Firm, member of the Public Council under the Ministry of Internal Affairs in Nizhny Novgorod Region, Coordinator of the Scientific and Methodological Council of GLEDIS in the Regions of Russia and Abroad (Nizhny Novgorod), ORCID: [0000-0003-2601-7954](https://orcid.org/0000-0003-2601-7954), koltunova52@yandex.ru

Contribution: study idea, dictionaries and scientific literature analysis, part manuscript text drafting, editing.

Igor V. Zharkov, Candidate of Philology, Head of the Scientific and Methodological Department of the Guild (St. Petersburg), Guild of Linguistic Experts in Documentary and Information Disputes, Moscow, Russian Federation, ORCID: [0000-0003-4069-5938](https://orcid.org/0000-0003-4069-5938), linguexpert@protonmail.com

Contribution: scientific literature analysis, illustrative material acquisition, part manuscript text drafting.

There is no conflict of interests.

The article was submitted 03.02.2022
Approved after reviewing 15.04.2022
Accepted for publication 21.04.2022

Неофилология

Neofilologiya = Neophilology

ISSN 2587-6953 (Print)

<http://journals.tsutmb.ru/neofilology/>

ISSN 2782-5868 (Online)

Перечень ВАК, РИНЦ, DOAJ, Ulrich's Periodicals Directory, EBSCO, ResearchBib, CrossRef, НЭБ «eLIBRARY.RU», ЭБ «КиберЛенинка»

НАУЧНАЯ СТАТЬЯ

УДК 811.161.1

DOI 10.20310/2587-6953-2022-8-2-228-242

Украинское законодательство в области национально-языковой политики и реальность социальных процессов (1917–2021 гг.)

Владимир Иванович МОЗГОВОЙ

ГО ВПО «Донецкий национальный университет»

283001, Донецкая Народная Республика, г. Донецк, ул. Университетская, 24

✉ mowi48@mail.ru

Аннотация. Актуальность исследования языкового законодательства Украины определяется его мононациональной направленностью и социальной неадекватностью. Цель статьи – вскрыть завуалированную основу украинизации, начиная от её терминологического осмысления М. Грушевским (1907 г.) до юридического закрепления на уровне государственного строительства, охватывающего три этапа: этап революционно-хаотичной украинизации (1917–1919 гг.), этап частичной украинизации в рамках СССР (1920–1991 гг.) и этап полной украинизации независимой Украины (с 1991 г.). Последний из них демонстрирует скрытые ранее направления и методы современной украинизации – обособление территорий от русского мира на основе «национальной идеи», что требует отдельного рассмотрения украинского законодательства, сопровождающего этот процесс. С социальной точки зрения его легитимность проблематична, поскольку оно не способствует развитию национального языка. В качестве инструментов, позволяющих сохранить его культурный потенциал, предлагаются определения главным функциональным составляющим национально-языковой политики: понятий языков национальностей, родного, государственного, официального, регионально-го и нетерриториальных языков. Доказывается, что противоречие между их объективной природой и субъективностью идеологической трактовки приводит к социальным конфликтам, разрушающим основы государства и права. Сделан вывод, что статус языков в многонациональном государстве устанавливается не политическими декларациями, а идеей сохранения культурного потенциала всех национальных сообществ вне зависимости от территории их проживания и национально-языковой принадлежности граждан.

Ключевые слова: языковое законодательство, национально-языковая политика, украинизация, коренизация, национальный язык, государственный язык, языки общения, язык общности

Для цитирования: Мозговой В.И. Украинское законодательство в области национально-языковой политики и реальность социальных процессов (1917–2021 гг.) // Неофилология. 2022. Т. 8, № 2. С. 228–242. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2022-8-2-228-242>



Материалы статьи доступны по лицензии [Creative Commons Attribution \(«Атрибуция»\) 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) Всемирная



ORIGINAL ARTICLE

DOI 10.20310/2587-6953-2022-8-2-228-242

Ukrainian Legislation on National Language Policy and the Reality of Social Processes (1917–2021)

Vladimir I. MOZGOVOY

Donetsk National University

24 Universitetskaya St, Donetsk 283001, Donetsk National Republic

✉ mowi48@mail.ru

Abstract. The relevance of the study of Ukrainian language legislation is determined by its mono-national orientation and social inadequacy. The purpose of the article is to uncover the veiled basis of Ukrainization, starting from its terminological understanding by M. Hrushevsky (1907) to the legal consolidation at the level of state building, which covers three stages: the stage of revolutionary and chaotic Ukrainization (1917–1919), the stage of partial Ukrainization within the USSR (1920–1991), and the stage of full Ukrainization of independent Ukraine (since 1991). The latter demonstrates previously hidden directions and methods of modern Ukrainization – the isolation of territories from the Russian world on the basis of the “national idea”, which requires a separate consideration of the Ukrainian legislation that accompanies this process. From the social point of view, its legitimacy is problematic, as it does not contribute to the development of the national language. The definitions of the main functional components of the national-language policy: the concepts of languages of nationalities, native, state, official, regional and non-territorial languages are offered as tools to preserve its cultural potential. It is proven that the contradiction between their objective nature and the subjectivity of ideological interpretations lead to social conflicts, destroying the foundations of the state and law. The conclusion is made that the status of languages in a multinational state is established not by political declarations, but by the idea of cultural potential preservation of all national communities, regardless of their residence territory and national linguistic identity of its citizens.

Keywords: language legislation, indigenization, national-language policy, Ukrainization, nativization, national language, state language, languages of communication, language of community

For citation: Mozgovoy V.I. *Ukrainskoye zakonodatel'stvo v oblasti natsional'no-yazykovoy politiki i real'nost' sotsial'nykh protsessov (1917–2021 gg.)* [Ukrainian Legislation on National Language Policy and the Reality of Social Processes (1917–2021)]. *Neofilologiya – Neophilology*, 2022, vol. 8, no. 2, pp. 228–242. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2022-8-2-228-242> (In Russian, Abstr. in Engl.)



This article is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



ВВЕДЕНИЕ

История украинского законодательства, регламентирующего основы национально-языковой политики, довольно оригинальна. Она демонстрирует последовательное ужесточение методов, направленных на внедрение украинского языка и украинской культуры (так называемой «украинизации») во все сферы государственных и межличностных отношений. Это понятие уже не воспринимается

еще поэтому как метафора. Оно прочно вошло в обиход и употребляется для характеристики типично украинского национального мировоззрения, формирующегося на протяжении более чем ста лет¹.

¹ Термин «украинизация» был впервые сформулирован в статье М. Грушевского «Вопрос об украинских кафедрах и нужды украинской науки», изданной в 1907 г., под которым понимался переход некоторых учебных заведений на украинский язык преподавания [1].

Расширив за это время свои компетенции и количество апологетов, усложняя цели и формы «борьбы за национальную идею», украинизация не изменила при этом приверженности субъективно-идеологическим принципам её внедрения, игнорирующим объективную природу языка и коммуникативную основу его функционирования. Социуму предписывалось «забыть» о реальности диалогического бытия и безоговорочно приспособиться к политически окрашенным языковым реформам, связанным с периодической сменой власти и представляющих её лидеров.

Актуальность исследования законодательства Украины в таком контексте очевидна: она усиливается по мере расширения неадекватности языковой политики и её отстранённости от реального функционирования языков в многонациональном государстве.

ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Цель статьи – описать мотивы, причины и следствия процессов украинизации, начиная от её терминологического осмысления до законодательного закрепления в практике государственного строительства, связанного с гуманитарной сферой: культурой, наукой, образованием, идеологией, языковой политикой и социальным управлением.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Исследование проблемы трансформации языкового феномена украинизации в идеологию национального превосходства привело к выводу о том, что качественные изменения в её сущностном измерении накапливались по мере усиления революционных сдвигов в общественном сознании, как правило, не сопряжённых с положительными результатами.

На каждом из витков эскалации социальных противоречий перед языковым сообществом ставились «обновлённые» гуманитарные цели, которые по мере их очередного «недовыполнения» подменялись довольно «простой» и якобы позитивной идеей строительства мононационального государства, которое при этом преследовало ещё более абсурдную цель: «национальное обособление» украинского от русского или любого

другого мира. Её абсурдность постепенно становилась очевидной, и в противовес ей в общественном сознании формировалась противоположная мысль об антисоциальном характере законов, легитимирующих идеологию национальной исключительности, складывающуюся в российской, советской и постсоветской истории на протяжении трёх этапов².

Этап революционно-хаотичной украинизации

Эпоха русских революций (1917–1919 гг.) была связана с разрушением устоявшихся социальных систем, моделей управления и представлений о политических лидерах и их идеологиях, предопределивших ломку сознания и хаотичный поиск новых ориентиров. Среди них особо выделялась идея национальной многовекторности как наиболее простая для восприятия большинством обывателей. Не случайно её начали эксплуатировать ещё в царской России. Так, осенью 1917 г., как раз накануне революции, появились украинские формирования Русской императорской армии, в которых форма офицеров отличалась даже воинской атрибутикой: серебряными погонами с просветами и кантами голубого и жёлтого цветов. Эту идею подхватили участники великого перелома в Малороссии, смутно представляющие результаты и последствия её внедрения.

Февральская буржуазная революция, не имеющая реальных аргументов и атрибутов влияния на массы, содействовала её внедрению в общественное сознание, на волне которого 7 (20) ноября 1917 г. была провозглашена Украинская Народная Республика в составе России. Неизвестное ранее понятие украинскости стало подчёркивать не форму управления («народная») и не национальность («украинец»), а господствующую идеологию и принадлежность к политическому течению определённого толка. Не случайно её первым президентом был избран Михаил Грушевский (28 марта 1917 г. – 29 апреля 1918 г.) – последовательный сторонник украинизации. По его инициативе изменились

² Дальнейший обзорный анализ первых двух этапов подготовлен с учётом материалов докторской диссертации Е.Ю. Борисенко (см.: [2]).

прежде всего подходы к образованию и информационной политике: начала функционировать украинская гимназия им. Т.Г. Шевченко в г. Киеве, открыто 215 украинских школ, выпущено 747 наименований книг на украинском языке, зарегистрировано 106 украиноязычных газет и журналов, что не вызвало вначале отторжения. Опаснее казалась насильственная социализация земельных угодий, не принятая крестьянами, склонявшимися к большевистским идеям «раздела земли», и «игра» с промышленными регионами, экономически и политически страдающими от всё большего отмежевания УНР от Советской России. «Как альтернатива политике Центральной Рады, которая могла привести промышленные регионы Украины к их оккупации Германией, в конце января 1918 г. была провозглашена Донецко-Криворожская Республика в составе РСФСР, включающая территорию Харьковской, Екатеринославской, части Херсонской губерний и прилегающих к ним промышленных регионов Войска Донского, со столицей в городе Харькове» [3, с. 112].

Ситуация в разделённой на части Украине осложнилась ещё больше после свержения оккупационными войсками Центральной Рады в Киеве и захвата власти Павлом Скоропадским, провозгласившим себя Гетманом Украинской Державы, независимой от Москвы, но существующей как протекторат Германии. С поддержки и одобрения последней украинский язык получил статус государственного. Согласно закону на нём предписывалось осуществлять любое официальное общение в воинских частях, на предприятиях связи, в школах, профессиональных образовательных учреждениях, духовных и учительских семинариях. В 1918 г. была проведена также реорганизация высшего образования, культуры, типографий и издательств, а именно:

- объявлены украинскими Харьковский, Новороссийский, Киевский имени св. Владимира университеты и Екатеринославский горный, Киевский политехнический, Харьковские технологический и ветеринарный институты;

- переведены на украинский язык 212 периодических изданий и 1084 наименования книг;

- образованы национальные украинские театры и кафедры украиноведения в высшей школе.

Насильственная украинизация гуманитарной сферы в сочетании с колонизацией экономико-промышленной системы вызвала естественный протест у интеллигенции, крестьян, а тем более у промышленно ориентированной Донецко-Криворожской Республики, вошедшей в состав другой, Советской Украины. Ей поэтому была объявлена война как со стороны Центральной Рады, так и со стороны свергнувшей Центральную Раду Директории во главе с В. Винниченко (14 декабря 1918 г. – 13 февраля 1919 г.) и С. Петлюрой (13 февраля 1919 г. – 10 ноября 1920 г.).

Директория, впрочем, не извлекла уроки упразднённой УНР, усилив процесс украинизации. В январе 1919 г. украинский язык был объявлен обязательным для всех правительственных и общественных учреждений и стал единственным языком преподавания. Однако такое псевдонациональное образование не могло существовать долго. Пятого февраля 1919 г. в Киев вступили большевики, которых поддержало народное большинство, после чего оккупационный режим пал и была провозглашена Украинская Советская Социалистическая Республика (УССР), куда вошла так и не упразднённая официально Донецко-Криворожская Республика [4].

Насильственная украинизация исчерпала свой ресурс. В марте 1919 г. Наркомат просвещения (Наркомпрос) отменил предыдущие постановления о государственном языке, привилегии по национальному признаку и предоставил право определять язык обучения самостоятельно на местах при условии, что обязательными предметами должны стать история Украины и один из местных языков.

Украинизация вступила в новый этап осмысления в рамках союзного государства.

Этап системной украинизации в рамках СССР

Проведение национально-языковой политики в Советском Союзе характеризовалось явной противоречивостью.

Первое противоречие заключалось в том, что новый тип государства формировался в

системе правящей коммунистической идеологии, основанной на теории классовой борьбы и в то же время на принципах интернационализма с перспективой построения бесклассового общества.

Второе противоречие вытекало из концепции территориального деления союзного государства по национальному признаку, что утверждало наличие национальной специфики у входящих в его структуру субъектов, но предполагало их единство во имя бесконфликтного будущего.

Третье противоречие закладывалось неодинаковостью природных ресурсов и темпов культурного-экономического развития у разных национальных республик, входящих в состав СССР в разное время и в разных исторических условиях, что предполагало разноректорность политики по их выравниванию.

В этих противоречивых условиях лавирование между устоявшимся старым и не окрепшим новым могло быть успешным только в том случае, если национально-языковая политика учитывала бы реальность разных классовых и культурно-образовательных показателей и возможностей в республиках, территориально-административных единицах и пограничных территориях.

Этими критериями и определялась, в частности, перспективность политики украинизации и коренизации, по-разному трактуемой в разные периоды её осуществления.

1. Украинизация в УССР в 1920–1930 гг. Начало разработки нормативной базы языковой политики в многонациональном советском обществе датируется 1920–1921 гг. Тактика её осуществления опиралась на украинизацию как явление закономерное и в определённом смысле историческое. Автором этой идеи был И.В. Сталин, осуждавший великорусский шовинизм и считавший, «...что если в городах Украины до сих пор ещё преобладают русские элементы, то с течением времени эти города будут неизбежно украинизированы. Лет сорок тому назад Рига представляла собой немецкий город, но так как города растут за счёт деревень, а деревня является хранительницей национальности, то теперь Рига – чисто латышский город. Лет пятьдесят тому назад все города Венгрии имели немецкий характер, теперь они мадьяризованы. То же самое будет с Белорусси-

ей, в городах которой всё ещё преобладают небелоруссы» [5, с. 49]. За внешним фасадом приоритета национального скрывался мотивированный коммунистической идеологией классовый подход к национальной политике: русскоязычные города (с пролетариатом, интеллигенцией), окружённые украинскими сёлами (крестьянами), откуда черпаются людские резервы, обречены на украинизацию, а в государственной политике – на коренизацию³.

Курс на коренизацию советских республик узаконил XII съезд РКП(б), состоявшийся в апреле 1923 г., после чего уже в июле–августе в УССР были установлены сроки выполнения соответствующего плана мероприятий, например, о том, что поступающие на государственную службу должны в обязательном порядке изучить украинский язык в течение шести месяцев, а работающие в ней – в течение одного года.

В них было также предусмотрено:

- обязательное изучение украинского языка во всех школах;
- издание в каждом областном центре (губернском городе), как минимум, одной украиноязычной газеты;
- создание вечерних школ для обучения служащих украинскому языку;
- учреждение Института украинского научного языка.

Тридцатого апреля 1925 г. вышло, далее, Постановление ВУЦИК и СНК УССР «О мерах срочного проведения полной украинизации советского аппарата», предусматривающего ведение делопроизводства в государственных учреждениях и предприятиях исключительно на украинском языке.

Выполнение этих и других постановлений, касающихся темпов проведения украинизации, строго контролировалось Рабоче-крестьянской инспекцией. За нарушение темпов и сроков украинизации предусматривались административные взыскания, вплоть до увольнения с работы.

Вместе с обучением кадров в полную мощь была включена пропагандистская кам-

³ Коренизация – политическая и культурная кампания советской власти в национальном вопросе в 1920-е и в начале 1930-х гг., призванная сгладить противоречия между центральной властью и коренным населением национальных республик СССР.

пания по плановому увеличению количества украинцев в управленческом аппарате, которая принесла свои плоды. По состоянию на 1926 г. среди госслужащих 54 % составляли украинцы; в партийных организациях этот процент был ещё большим, неуклонно возрастающая из года в год: в 1920 г. процент украинцев среди коммунистов составлял 20,1 %, в 1925 г. – 52 %, а в 1933 г. – 60 %.

Кадров в 1920-е гг. для такой работы не хватало, поэтому для работы в системе Наркомпроса были приглашены эмигранты-националисты из Галичины (их численность составляла более 50 тыс. человек). Среди них особо выделялись своей известностью личности М.С. Грушевского, С.Л. Рудницкого и М.М. Лозинского.

Результаты их деятельности к 1928 г. были впечатляющими.

Во-первых, была проведена реформа украинского правописания, в результате чего украинский язык якобы приобрёл «графическую самостоятельность».

Во-вторых, были украинизированы практически все газеты, школы, вузы, театры, госучреждения.

В-третьих, во всю мощь заработал механизм «принудительной ответственности».

В Одессе, например, где процент учащихся-украинцев составлял менее трети, были украинизированы все школы, а количество русскоязычных газет в Украине сократилось к 1930 г. до трёх (остальные были украинизированы).

Несогласных с планом украинизации подвергали репрессиям. Так, в июле 1930 г. президиум Сталинского окружного исполкома постановил «привлекать к уголовной ответственности руководителей, относящихся к украинизации формально: не нашедших способов украинизировать подчинённых или нарушающих действующее законодательство в сфере языковой политики».

Ещё более «результативными» были мероприятия по коренизации территорий, согласно которым стали образовываться национальные округа, районы и сельсоветы для так называемых нацменьшинств. К 1930 г. в УССР, например, насчитывалось 26 национальных районов и 1121 национальный сельсовет.

2. Украинизация отдельных территорий РСФСР в 1920–1930 гг. Развитие революционных процессов по поддержке коренной украинской идентичности затронуло не только Украину.

В составе РСФСР выделилась, например, Дальневосточная Республика, где в 1920–1922 гг. действовали украинские общественные организации и украинская школа, что позволило Министерству по национальным делам на основании решения Благовещенской уездной рады утвердить украинскую культурно-национальную автономию в Амурской области. В итоге к ноябрю 1921 г. в Дальневосточной Республике насчитывалось уже несколько десятков национальных школ (большинство в Амурской и Приамурской областях), открыта Хабаровская учительская семинария с обязательным преподаванием в ней украинского языка и литературы и учреждена Украинская учительская семинария (г. Свободный, Амурская область).

При поддержке КП(б)У украинизацией были охвачены также территории Кубани, Донского и Ставропольского края, части Северного Кавказа, Курской и Воронежской областей и ряда областей Северного Казахстана, исторически заселённых украинцами.

Плановая украинизация РСФСР со временем обнаружила и свои проблемные участки. Когда осенью 1922 г. был поставлен вопрос об объединении Дальневосточной Республики и РСФСР в одно государство, украинские общественные организации выступили против, за что подверглись репрессиям.

3. Украинизация Западной Украины в 1939–1941 гг. Процесс украинизации Западной Украины, находившейся в составе Польши, после присоединения к УССР шёл параллельно с советизацией. Особенность состояла в том, что она проходила без коренизации: руководство осуществлялось «из центра», а власть «на местах» представляли присланные из восточных регионов Украины специалисты.

В результате за короткое время польский язык был заменён украинским: в массовом порядке открывались украинские школы (их стало более 5600), регистрировались украиноязычные газеты. Были также украинизированы Львовский университет им. Яна Казимира и Львовская опера, что отразилось даже

на названиях: сейчас это Львовский университет им. Ивана Франко и Львовская опера им. Ивана Франко.

4. Свёртывание украинизации в РСФСР и УССР (1932–1937 гг.). Процесс пересмотра украинизации стал закономерным итогом субъективного подхода к политике коренизации и советизации в противовес теории классовой борьбы, что было чревато националистическими перегибами, которые регистрировались и в РСФСР, и в УССР.

В РСФСР речь шла о прекращении украинизации на основании совместной директивы ЦК ВКП(б) и СНК СССР от 15 декабря 1932 г., которая не допускала обсуждений и требовала обязательности выполнения сформулированных на её основе мероприятий в максимально жёсткие сроки. Вот как, например, на директиву отреагировали обком и облисполком Чернозёмной области:

«С 1 января 1933 года прекратить преподавание украинского языка во всех школах I и II ступеней (кроме седьмых групп выпуска текущего учебного года);

С 1 января 1933 года отменить все курсы по подготовке учителей украинского языка;

Заменить во всех учебных планах преподавание украинского языка и литературы на преподавание русского языка и литературы;

С 15 января 1933 года прекратить преподавание украинского языка в педагогических техникумах (кроме третьих курсов);

Ликвидировать Борисовский и Волоконовский украинские педагогические техникумы;

Прекратить преподавание украинского языка в Белгородском педагогическом институте;

Упразднить курсы по обучению украинского языка для технического состава сельсоветов;

Перевести всё делопроизводство в судах и прокуратуре на русский язык;

Немедленно прекратить переписку на украинском языке;

Прекратить выплачивать работникам украинцам любые надбавки за работу на украинском языке;

Ликвидировать украинскую кассационную группу областного суда» [6].

В УССР ситуация требовала уже не деукраинизации, а денацификации. В августе

1932 г. И.В. Сталин заявил о наличии в образовании и партийных структурах скрытых националистов и антисоветчиков, требуя перевести украинизацию в другое русло. Уже с марта 1933 г. по январь 1934 г. по обвинению в национализме из школ было уволено около четырёх тысяч учителей, аресту подверглись около двух тысяч председателей колхозов. В 1933 г. комиссия по правописанию признала нормы 1927–1929 гг. националистическими и приняла решение их переработать.

В апреле 1934 г. Оргбюро ЦК КП(б)У создало совместные комиссии из работников Наркомпроса и органов госбезопасности, которые должны были до 1 июня 1934 г. очистить национальные районы и школы от «антисоветских элементов». В результате из Наркомпроса было уволено более двухсот человек, в научно-исследовательских учреждениях репрессировано 270 учёных, в пединститутах – 210, из состава Академии наук выведены галичане М.С. Возняк, Ф.М. Колесса, К.И. Студинский и В.Г. Щурат. Однако процесс украинизации не был остановлен: он стал сочетаться с борьбой против националистов. Об этом свидетельствуют факты: в 1935 г. Наркомпрос Украины запретил в украинских школах проводить внеклассную работу на русском языке, а в русскоязычном Донбассе перевели делопроизводство на украинский язык.

5. Лояльная украинизация в УССР (1944–1991 гг.). В послевоенной истории процесс украинизация Украины стал более спокойным. Накал оголтелости ослаб, и в русских школах изучение украинского языка, а в украинских – русского стало привычным. Например, в Донбассе, Крыму и русскоговорящих районах Днепропетровской, Харьковской, Запорожской, Одесской, Николаевской и Херсонской областей в общении, в том числе официальном, превалировала русская речь, что никого не удивляло и которую никто не запрещал.

Форсированная украинизация наблюдалась лишь на территориях, вошедших в состав СССР после разгрома фашистской Германии. В первую очередь, это касалось Закарпатской Украины, освобождённой от немецких и венгерских оккупационных войск.

26 ноября 1944 г. в городе Мукачево состоялся Съезд народных комитетов Закар-

патской Украины, который принял манифест о воссоединении Закарпатской Украины с УССР, а 29 июня 1945 г. в Москве был подписан «Договор между Союзом Советских Социалистических Республик и Чехословацкой Республикой о Закарпатской Украине».

Согласно этому документу «Закарпатская Украина (носящая согласно чехословацкой конституции название Подкарпатская Русь), на основании договора от 10 сентября 1919 г., заключённого в Сен-Жермене, вошедшая как автономная единица в границы Чехословацкой Республики, воссоединяется согласно желанию, изъявленному населением Закарпатской Украины, и на основании дружественного договора обеих Высоких Договаривающихся Сторон со своей исконной родиной – Украиной и включается в состав Украинской Советской Социалистической Республики»⁴.

Далее Указом Президиума Верховного Совета СССР от 22 января 1946 г. была образована Закарпатская область Украинской ССР с центром в городе Ужгороде. Политико-административные по своей сути решения не противоречили объективной реальности и были однозначно поддержаны социумом, чего не скажешь о национально-языковой стороне вопроса.

Дело в том, что в Закарпатье, кроме закарпатских украинцев (бойки, лемки, гуцулы, долиняне), проживали ещё венгры, русины, румыны, цыгане, словаки, белорусы и немцы, которых при переписи записали украинцами по принципу: в Закарпатской Украине все проживающие в ней должны быть украинцами. Это отразилось затем на межнациональных отношениях, страдающих от политики языковой стандартизации.

Конфликт между субъективным началом принимаемых политических решений и объективной основой социальных отношений набирал обороты, вспыхнув с новой силой после распада СССР.

Этап украинизации в независимой Украине. Законы и их комментарии

О начале безальтернативной кампании по украинизации Украины было заявлено ещё до провозглашения независимости. Пер-

вым документом, ставшим предтечей событий, связанных с упразднением СССР, был *Закон УССР «О языках в Украинской ССР»* принятый 28 октября 1989 г.⁵ Его квалифицировали как достижение национально-демократических сил, хотя завуалированная цель этого документа была направлена на самом деле на будущее свёртывание русского влияния. Не случайно о статусе языков, реально функционирующих на территории Украины, говорится расплывчато.

С одной стороны, в преамбуле декларируется, что «Украинская ССР обеспечивает украинскому языку статус государственного...», а с другой, что «Украинская ССР создаёт необходимые условия для развития и использования языков других национальностей в республике» (ст. 3); с одной стороны, что «...языками межнационального общения в Украинской ССР является украинский, русский и другие языки», а с другой, что «Украинская ССР обеспечивает свободное использование русского языка как языка межнационального общения народов Союза ССР» (ст. 4).

Такая «расплывчатость» прослеживается и в принятой 1 ноября 1991 г. *Декларации прав национальностей*⁶, в которой права русского, как и других языков, связываются с национальностью их носителей: «Украинское государство обеспечивает своим гражданам право свободного использования русского языка. В регионах, где компактно проживает несколько национальных групп, наравне с государственным украинским языком может функционировать язык, приемлемый для всего населения данной местности».

Этими документами, созданными ещё в СССР, можно было бы пренебречь, но перспективы непредсказуемых трактовок зафиксированных в них понятий заставляют сосредоточить внимание на двух событиях, произошедших в том же 1991 г. с интервалом чуть больше полугода, но абсолютно противоположными для социума результатами.

Первое событие связано с *Всесоюзным референдумом* 17 марта 1991 г., результаты которого продемонстрировали миру реаль-

⁵ Ведомости Верховной Рады Украины (укр. Відомості Верховної Ради України (ВВР)). 1989. № 45. Ст. 632.

⁶ ВВР. 1991. № 53. Ст. 799.

⁴ См.: Правда. 1945. 30 июня. № 155 (9926).

ное отношение социума к СССР. Свыше 76 % граждан из девяти союзных республик⁷, принявших участие в голосовании, однозначно высказались за его сохранение.

Второе событие произошло в *Беловежской Пуще* 8 декабря 1991 г. Оно отражало политическую волю президентов «обновлённых» союзных республик – Б.Н. Ельцина (РСФСР), Л.М. Кравчука (УССР) и А.М. Шушкевича (БССР), которые подписали *Соглашение об упразднении СССР* и создании *Содружества Независимых Государств* (СНГ). Для Украины, впрочем, как и для других участников саммита, такое решение казалось обоснованным, но это только на первый взгляд.

Так, Л.М. Кравчук опирался на результаты *Всеукраинского референдума* 1 декабря 1991 г., в котором большинство граждан, принявших участие в голосовании, якобы высказались за выход Украины из СССР. На самом деле вопрос в бюллетене звучал иначе: «Подтверждаете ли Вы Акт провозглашения независимости Украины?» (т. е. речь шла о поддержке Верховной Рады, уже утвердившей соответствующий Акт).

Таким образом, выход Украины из состава СССР осуществлялся с учётом её якобы мононациональной природы и исторически сложившихся границ, хотя по факту она была заселена не только и не столько украинцами, а границ мононационального заселения просто не существовало, поскольку республика входила в союзное государство.

Отсюда и расплывчатость первичных формулировок, касающихся основ национально-языковой политики, которые с лёгкостью игнорировались по мере «воспитания» нового поколения и заменялись на националистические исходя из сложившейся ситуации.

История ставшей возможной трансформации прослеживается в целом ряде последующих за провозглашением независимости законов, регулирующих статус языков и национальностей в Украине: от лояльности ко всем языкам до игнорирования, ограничения и полного запрета русского языка. Проанализируем самые значительные из них.

1. Конституция Украины, принятая 28 июня 1996 г.⁸:

«Статья 10 «Государственным языком в Украине является украинский язык.

Государство обеспечивает всестороннее развитие и функционирование украинского языка во всех сферах общественной жизни на всей территории Украины.

В Украине гарантируется свободное развитие, использование и защита русского, других языков национальных меньшинств» Украины».

«Статья 53. Гражданам, принадлежащим к национальным меньшинствам, в соответствии с законом гарантируется право обучения на родном языке либо на изучение родного языка в государственных и коммунальных учебных заведениях или через национальные культурные общества».

В ней украинский язык стал, таким образом, квалифицироваться как единственный государственный, а выделенный особо русский язык относиться к языкам национальных меньшинств, как и крымско-татарский, греческий, белорусский, болгарский и др. (о них даже не заявляется). Особая «лояльность» к русскому языку не исключала, впрочем, «логичные» выводы, «...направленные на закрытие русских школ (мы же не открываем, например, греческие школы по всей Украине?!), изучение русской литературы в рамках зарубежной на украинском языке (мы же не изучаем греческую литературу на греческом языке?!), а русского языка как иностранного с соответствующими акцентами на аудировании, говорении, чтении и письме» [7].

Естественно, что украинский язык стал со временем квалифицироваться как единственный для всех граждан Украины. Этот «вердикт» поддерживался всеми средствами массовой информации, убеждающими каждого, что «Рідна мова у нас одна!».

Подобные политические кульбиты оправдывались Конституцией, на основании которой продуцировались новые законы, зависящие не от реальной ситуации, сложившейся в обществе, а от позиции партий, Вер-

⁷ Латвия, Литва, Эстония, Молдавия, Армения и Грузия в голосовании не участвовали.

⁸ Конституция Украины. Принята на пятой сессии Верховной Рады Украины 28 июня 1996 года (укр. Конституція України. Прийнята на п'ятій сесії Верховної Ради України 28 червня 1996 року). Киев: Преса України, 1997. 79 с.

ховной Рады и ещё больше от президентской ветви власти, для которой время в Украине, начиная с 1991 г., перестало быть «московским» в прямом и переносном смысле слова.

2. Закон «Об основах государственной языковой политики». Конфликтность его принятия как нельзя лучше демонстрирует субъективность толкования, позволяющая признать его в конечном итоге неконституционным.

Законопроект был разработан В. Колесниченко и С. Киваловым – депутатами от Партии регионов, имеющей в то время парламентское большинство. Естественно поэтому, что, несмотря на ярое сопротивление оппозиции, 31 июля 2012 г. он был одобрен Верховной Радой, 8 августа подписан Президентом В.Ф. Януковичем, а 10 августа опубликован в газете «Голос Украины»⁹. Однако сразу же после смены президентской власти 23 февраля 2014 г. Верховная Рада проголосовала за его отмену. Это вызвало протесты в ряде регионов Юго-Восточной Украины и Крыма, хотя с ними не считались: власть сосредоточилась уже в других руках. В итоге 28 февраля 2018 г. решением Конституционного суда Украины закон был признан неконституционным.

Суть коллизий состояла в том, что в отменённый Закон было введено понятие «региональный язык» – тот, «который традиционно используется в пределах определённой территории государства гражданами этого государства, которые составляют группу меньшую, чем остальное население этого государства, и/или отличается от официального языка (языков) этого государства».

Законом также декларировалось, что при условии, если количество носителей регионального языка на определённой территории составляет десять и более процентов от численности её населения, он может использоваться в работе местных органов государственной власти, органов Автономной Республики Крым, органов местного самоуправления, а также использоваться наряду с государственным языком в экономической и социальной деятельности предприятий, учреждений, организаций, частных предпринимателей, объединений граждан, образовании, науке, культуре, информатике, СМИ, связи и

рекламе. Расширенное толкование понятия «региональный язык» было заведомо проблемным, а поэтому с лёгкостью было отвергнуто полунационалистически настроенной властью.

Так русский язык из-за некомпетентного толкования его статуса (будучи по своим характеристикам одним из государственных, он признавался то языком межнационального общения, то языком национальных меньшинств, то региональным языком) лишился его вообще. Конституция и первично принятые конституционные акты были к тому времени проигнорированы.

Это окончательно разрушило социальную основу национально-языковой политики, превратив её во время президентства П.А. Порошенко в политическую игру с оппонентами, в которой жонглирование законами было подчинено исключительно победе над ними. Однако поскольку количество политических игроков в мире иллюзий и лжи возрастало, увеличивалось и количество неконституционных актов, безальтернативность которых не позволяла достичь ни компромисса, ни победы.

3. Противоречивость законодательных инициатив в сфере национально-языковой политики П.А. Порошенко. Срок президентских полномочий П.А. Порошенко (7 июня 2014 г. – 20 мая 2019 г.) совпал с установлением «майданной власти» в Киеве, закончившейся возвращением Крыма в Россию и провозглашением Донецкой и Луганской Народных Республик. Украина потеряла одну из знаковых частей своей территории и веру оставшейся части в надёжность самой власти. П.А. Порошенко, избравшемуся без участия в голосовании Юго-Востока и Крыма, нужно было строить свою предвыборную кампанию на идее быстрого разрешения конфликта между частями Украины. После победы перед ним встала дилемма выбора политического курса: либо федерализация Украины с поддержкой языковой, культурной и экономической самостоятельности регионов, либо националистическая модель унитарности с подавлением инакомыслия. Он не мог принять ни первую, поскольку остановить начавшийся гражданский конфликт он был не в силах, ни вторую, так как не хотел лишиться поддержки политических сил,

⁹ См.: Голос Украины. 2012. 10 авг. № 146.

которые помогли ему прийти к власти. Он остановился поэтому на третьей: удержать власть любой ценой и увеличить возможности собственного бизнеса.

Отсюда и двойственность, а в некоторых случаях тройственность и даже многоветочность его законодательных инициатив, поступков и действий в сфере национально-языковой политики.

1. Сразу же после прихода к власти (июнь 2014 г.) он заявил, например, что принятое Верховной Радой решение о лишении русского языка статуса регионального было ошибкой. Но тут же напрочь забыл об этом.

Уже в октябре 2014 г. во время рабочей поездки во Львов он озвучивает новый курс на дерусификацию в рамках обещанной европеизации Украины: «Вторым языком, обязательным для изучения в школах и вузах, должен быть исключительно английский, а уж никак не русский. Свободное владение английским должно стать вторым критерием после люстрации требований к украинскому госслужащему».

В контексте дерусификации следует рассматривать все ключевые Постановления Верховной Рады Украины, инициируемые П.А. Порошенко:

А. «Об осуждении коммунистического и национал-социалистического (нацистского) тоталитарных режимов в Украине и запрете пропаганды их символики»¹⁰ (принят 1 сентября 2015 г.);

Б. «Об Обращении Верховной Рады Украины к Его Всесвятости Варфоломею, Архиепископу Константинополя и Нового Рима, Вселенского Патриарха относительно предоставления автокефалии Православной Церкви в Украине» (принят 16 июня 2016 г.)¹¹.

Первое Постановление привело к расколу украинского общества из-за пересмотра общей с Россией истории.

Проведением такой политики занялся специально созданный для этого «Украинский институт национальной памяти», который искоренял эту самую память. Именно он давал оценки правильным или неправильным культурно-историческим акциям и переименованиям неудобных городов, посёлков и объектов городской инфраструктуры.

Наибольший урон он нанёс Донбассу, где во всех регионах, в том числе неподконтрольных Украине, было переименовано не только то, что было связано с коммунистической идеологией, но и с фактами российской, русской и советской истории.

Так на карте мира появились объекты с двойной и даже тройной номинацией: *Красноармейск, Червоноармійськ* и *Покровск* (в честь Украинской Повстанческой армии, основанной на «Покрова»), *Тельманово* и *Бойково*, *Красный Партизан* и *Бетманово*, *Юнокоммунаровск* и *Бунге*, *Кировское* и *Крестовка*, *Комсомольское* и *Кальмиусское*, *Тринадцатая Рота* и *Калинино*, *Красный Лиман* и *Лиман*, ул. *Молодогвардейская* и ул. *Героев Украины* (г. Славянск), ул. *Лазо* и ул. *Героев Небесной Сотни* (г. Краматорск) и даже первично русские названия *Набережные Челны*, *Николаев* и *Красная площадь*, «переделанные» в *Набережні Човни*, *Миколаїв* и *Червона площа*. Это раздувало пламя украинско-русских конфликтов, которые становились тем сильнее, чем дальше удалялся социум от исторических корней: «Історія не може бути доброю чи поганою, великою або малою – вона не підлягає перегляду і прогнозуванню минулого. Вона або є, або її нема. Інтерпретація історичних подій з певних політичних, партійних або класових позицій майже завжди призводить до трагедії втрати зв'язку поколінь» [8, с. 9].

Второе постановление, предписывающее создание Украинской автокефальной православной церкви и обязывающее Украинскую православную церковь Московского патриархата изменить название на Русскую православную церковь, привело к духовному расколу православия.

Тем не менее, пятого сентября 2017 г. все эти концепции пришлось объединить в подписанном П.А. Порошенко Законе «Об образовании»¹², фактически запрещающем обучение в государственных учебных заведениях на любом другом языке, кроме украинского. Лицам, принадлежащим к национальным меньшинствам, была предусмотрена возможность получения знаний на их родном языке только на уровне дошкольного и начального образования и только в отдель-

¹⁰ ВВР. 2015. № 26. Ст. 219.

¹¹ ВВР. 2016. № 27. Ст. 528.

¹² ВВР. 2017. № 38-39. Ст. 380.

ных классах (группах) коммунальных образовательных учреждений.

Хотя правовая некомпетентность подобных законов и действий была очевидной, кампания должна была завершиться до 1 сентября 2020 г. И она завершилась, несмотря на то, что закон противоречил ч. 3 ст. 10 Конституции Украины, где указано, что украинское государство способствует развитию как русского, так и языков других национальных меньшинств, Декларации прав национальностей Украины и Закону «О ратификации Европейской хартии региональных языков или языков меньшинств» 2003 г.

На этом противоречивая суть языкового законотворчества П.А. Порошенко не изменилась. Она только набирала обороты.

25 апреля 2019 г. Верховная Рада Украины приняла Закон «Об обеспечении функционирования украинского языка как государственного»¹³. В нём были сформулированы нормы функционирования украинского языка в телеэфире и образовательных учреждениях: все школы, в том числе с русским и другими языками обучения, с 1 сентября 2020 г. должны быть преобразованы в украинские. Для контроля за выполнением этого закона была введена должность уполномоченного по языку, который обязан следить за тем, чтобы украинский язык не подвергался дискриминации.

2. Дерусификация коснулась далее культурной политики. Шестого июля 2016 г. П.А. Порошенко подписал Закон «О внесении изменений в некоторые законы Украины относительно процента музыкальных произведений, исполняемых на государственном языке в программах телерадиоорганизаций»¹⁴. Он устанавливал языковые квоты для радиовещания и требовал, чтобы в течение трёх лет довести процент исполняемых песен на украинском языке до тридцати пяти от всего среднесуточного объёма вещания, а процент информационных программ – до шестидесяти.

Позже, а именно 7 июня 2017 г., был подписан Закон «О языковых квотах на телевидении»¹⁵ (не менее 75 % передач и фильмов на украинском языке для общенацио-

нальных и региональных компаний и 60 % для местных телерадиокомпаний).

На закате своего президентства П.А. Порошенко, решивший участвовать в выборах на второй срок, уже чётко и осознанно понимал суть своих политических приоритетов. Выступая в марте 2019 г. на мероприятии, посвящённом 205-летию со дня рождения Т.Г. Шевченко, он заявил, что Украина за годы его правления наконец освободилась от «культурной оккупации» Россией.

И он «доказал» это, подписав за 5 дней до инаугурации В.А. Зеленского 15 мая 2019 г. Закон о государственном языке, который по сути запрещал использование русского языка в любой сфере профессиональной деятельности и официального общения: по закону русский язык окончательно утратил статус языка межнационального общения, статус регионального и официального. При этом украинский язык стал обязательным для всех без исключения государственных служащих (это требование подчёркнуто и в Законе «О государственной службе»).

Владение украинским языком становится, кроме этого, обязанностью каждого гражданина Украины, в том числе и для лиц, желающих получить украинское гражданство.

Все украинские газеты должны с момента принятия закона выходить на украинском языке, **за исключением выходящих на английском и других языках ЕС, а также на крымскотатарском языке**. Заигрывание в Законе о государственном языке с «патриотически настроенными» националистами, с которыми он надеялся выиграть новые выборы, ни к чему не привело. Двойственность политической позиции завершилась воинствующей русофобией, которую избиратели не приняли и не простили, но которую молчаливо поддержал В.А. Зеленский, не изменив ни одной строчки в законах, касающихся основ национально-языковой политики.

ВЫВОДЫ

Анализ принципов формирования украинской законодательной базы в сфере национально-языковой политики доказывает, что ни официальные документы, ни практика борьбы государственных и партийных организаций «за языковые права большинства и

¹³ ВВР. 2019. № 21. Ст. 81.

¹⁴ ВВР. 2016. № 31. Ст. 547.

¹⁵ ВВР. 2017. № 26. Ст. 298.

меньшинства», ни субъективные трактовки языков, игнорирующих их социальный статус и предназначение, не выдерживают критики. Они лишь катализируют внутренние и межгосударственные конфликты. На повестку дня со всей очевидностью встаёт вопрос о научных подходах к основам национально-языковой политики.

1. Язык – социальное явление. Это объективная реальность, которая не зависит от воли отдельного человека. Статус языков поэтому не решается голосованием или референдумами, иначе при каждом изменении политической власти нужно менять и отношение к языкам. Он устанавливается определением реальной языковой ситуации в государстве, регионе или территориальной общине.

2. Каждый язык как высшее достижение человеческой цивилизации уникален и неповторим. Любой язык, удовлетворяющий потребности определённого языкового коллектива, «велик и могуч». Он не может квалифицироваться как развитый или неразвитый, титульный или не титульный, коренной или не коренной, а тем более по принципу большинства – меньшинства.

3. Неадекватное восприятие языков преворачивает методику их изучения с ног на голову, искажает как русское, так и украинское культурное пространство, нанося вред не только национальному образованию, но и межнациональному и даже межличностному диалогу, поражённому коррозией непонимания и конфликтности.

4. Язык в современном обществе – не просто средство общения. Он олицетворяет культуру определённой общности, поэтому достижение высокой степени продуктивности в общении без постижения культуры невозможно.

5. Важнейшей основой современной цивилизации является **национальный язык** как средство общности нации. Это тип общенационального мышления, проявление философии и психологии определённого народа, который может материализовываться в разных языковых системах (диалектах, жаргонах, региолектах, фольклоре, литературных языках разных национальностей и т. п.) и даже любых проявлениях культуры (в живописи, музыке, архитектуре, танцах, рели-

гиозных обрядах) как формах передачи вербальными и невербальными способами национального мысляющего процесса.

Так, Н.В. Гоголь, В.Г. Короленко, М.А. Булгаков – как русские, так и украинские писатели, несмотря на русскоязычность их произведений; художники И.К. Айвазовский, армянин по национальности, или грек А.И. Куинджи – великие русские художники; поэт Расул Гамзатов, писавший на русском языке, олицетворяет аварскую литературу; Т.Г. Шевченко или Марко Вовчок, в арсенале которых большое количество произведений на русском языке, представляют украинскую, а не русскую литературу; Дженгиз Дагджи, родившийся в Крыму, большую часть жизни проживший в Лондоне, публиковавший свои произведения на турецком языке и говоривший в том числе по-русски, – великий крымскотатарский писатель и т. п.

6. Форма языка проявляется в специфике фонетической, лексической или грамматической систем, то есть в речи, а духовность и культура – в сущности национального мировосприятия, то есть в национальном языке. Поэтов, художников, музыкантов, религиозных или политических деятелей следует поэтому оценивать не по принципу, где они родились, на каком языке говорят, какой они национальности или веры, а по тому, философию и психологию какого народа они передают своим творчеством.

7. Игнорирование социальных основ формирования национального языка влечёт за собой разрушение нации и государства. Оно при этом сопровождается массой политических деклараций, противоречащих смыслу языка как такового, а тем более национального языка. Их непоследовательность, антинаучность и неопределённость влекут за собой непредсказуемость языковой политики. Понятия «государственный» и «официальный» рассматриваются как синонимы: «государственный – тот, что имеет отношение к государству», «официальный – тот, что регулируется правительством, то есть правительственный, служебный». Что касается других политико-языковых понятий («язык национальных меньшинств», «региональный», «нетерриториальный», «родной» и т. п.), то их определяют по количественным показателям или титулованности.

Русский язык в Украине признаётся то языком национальных меньшинств (Конституция Украины, 1996 г.), то официальным (постановления регионов Восточной Украины и Крыма, 2008 г.), то региональным (Постановление Верховной Рады, 2012 г.), то государственным наряду с украинским (Конституция ДНР, 2014 г.), то государственным наряду с крымскотатарским и украинским (Конституция Автономной Республики Крым, 2014 г.), что провоцирует представителей других национальностей на соответствующие решения, касающиеся статуса их языков в границах государства, отдельного региона или района.

Социальная составляющая требует особого подхода к определению политического статуса языков.

8. Государственный – это язык (или языки), который понимает большинство граждан государства независимо от национальности или территории проживания (например, русский и украинский в ДНР или украинский и русский в Украине).

9. Юридической формой государственного языка является государственный официальный язык, который представляет государство на международном или международном уровнях. Государственных языков

может быть много, а государственным официальным должен быть только один (например, украинский официальный в Украине и русский официальный в России).

10. Языки национальностей (но не уничижительный термин «языки национальных меньшинств», разделяющий титульную/нетитульную нации) – это языки компактного проживания граждан определённой национальности на определённой территории (например, греческий язык в Донбассе).

11. Региональный – это язык, не входящий в национально-государственную языковую общность (национальный язык), на котором может общаться население определённой территории (как правило, пограничной) независимо от его национальной принадлежности (например, венгерский язык в Закарпатье или польский язык во Львове).

12. Нетерриториальные – это языки общения мигрантов и иностранные языки, как правило, мировые, не имеющие чётко очерченной территории и не входящие в национально-государственную языковую общность (национальный язык).

13. Родной – это язык, на котором человек мыслит и который при многообразии форм является проявлением единого национального языка.

Список источников

1. Грушевский М.С. Вопрос об украинских кафедрах и нужды украинской науки. Спб., 1907. 48 с.
2. Борисенко Е.Ю. Концепции «украинизации» и их реализация в национальной политике в государствах восточноевропейского региона (1918–1941 гг.): автореф. дис. ... д-ра филол. наук. М., 2016. 48 с.
3. Мозговой В.И., Ляшенко В.Г. Там, где было Дикое поле...: очерки истории Донецкого края / общ. ред. В.И. Мозгового. Донецк: Кардинал, 2001. 336 с.
4. Корнилов В. Донецко-Криворожская республика. Расстрелянная мечта. М., 2017. 800 с.
5. Сталин И.В. Заключительное слово по докладу об очередных задачах партии и национальном вопросе на X съезде РКП(б) // Сталин И.В. Собрание сочинений: в 13 т. М.: ОГИЗ; ГИЗПЛ, 1947. Т. 5. С. 45–49.
6. Дроздов К.С. Политика украинизации в Центральном Черноземье, 1923–1933 гг. Москва; Санкт-Петербург: Центр гуманитарных инициатив, 2012. 529 с.
7. Мозговой В.И. Русская культура в украинском языковом контексте: политика и реальность // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия Русские языки и иностранные языки и методика их преподавания. 2010. № 3. С. 13–18.
8. Мозговой В.И. Националистическая концепция патриотизма. Есть ли у нее будущее? // Подтекст. Политико-аналитический еженедельник, 19–25 марта 1997. Киев: Всеукраинский общественный благотворительный фонд поддержки национальной безопасности, 1997. № 10 (32). С. 7–10.

References

1. Grushevskiy M.S. *Vopros ob ukrainskikh kafedrah i nuzhdy ukrainskoy nauki* [The Question about Ukrainian Departments and the Needs of Ukrainian Science]. St. Petersburg, 1907, 48 p. (In Russian).

2. Borisenok E.Y. *Kontseptsii «ukrainizatsii» i ikh realizatsiya v natsional'noy politike v gosudarstvakh vostochnoyevropeyskogo regiona (1918–1941 gg.): avtoref. dis. ... d-ra filol. nauk* [Concepts of “Ukrainization” and their Implementation in National Policy in the East European States (1918–1941). Dr. philol. sci. diss. abstr.]. Moscow, 2016, 48 p. (In Russian).
3. Mozgovoy V.I., Lyashenko V.G. *Tam, gde bylo Dikoye pole...: ocherki istorii Donetskogo kraia* [There, Where the Wild Field Was...: Essays on the History of the Donetsk Region]. Donetsk, Kardinal Publ., 2001, 336 p. (In Russian).
4. Kornilov V. *Donetsko-Krivorozhskaya respublika. Rasstrelyannaya mechta* [Donetsk-Kryvyi Rih Republic. A Shot Dream]. Moscow, 2017, 800 p. (In Russian).
5. Stalin I.V. Zaklyuchitel'noye slovo po dokladu ob ocherednykh zadachakh partii i natsional'nom voprose na X s"yezde RKP(b) [The Final Word on the Report on the Next Tasks of the Party and the National Issue at the 10th Congress of the RCP(b)]. In: Stalin I.V. *Sobraniye sochineniy: v 13 t.* [Complete Works: in 13 vols.]. Moscow, OGIZ, GIZPL Publ., 1947, vol. 5, pp. 45-49. (In Russian).
6. Drozdov K.S. *Politika ukrainizatsii v Tsentral'nom Chernozem'ye, 1923–1933 gg.* [Ukrainization Policy in Central Black Earth Region, 1923–1933]. Moscow, St. Petersburg, Center for Humanitarian Initiatives Publ., 2012, 529 p. (In Russian).
7. Mozgovoy V.I. Russkaya kul'tura v ukrainskom yazykovom kontekste: politika i real'nost' [Russian Culture in the Ukrainian Language Context: Politics and Reality]. *Vestnik Rossiyskogo universiteta druzhby narodov. Seriya Russkiye yazyki i inostrannyye yazyki i metodika ikh prepodavaniya* [Bulletin of the Peoples' Friendship University of Russia. Series Russian Languages and Foreign Languages and their Teaching Methods], 2010, no. 3, pp. 13-18. (In Russian).
8. Mozgovoy V.I. Natsionalisticheskaya kontseptsiya patriotizma. Est' li u neye budushcheye? [Nationalist concept of patriotism. Does it have a future?]. *Podtekst. Politiko-analiticheskiy ezhenedel'nik* [Subtext. Political and Analytical Weekly Journal]. Kyiv, All-Ukrainian public charity fund to support national security Publ., 1997, no. 10 (32), pp. 7-10. (In Ukrainian).

Информация об авторе

Мозговой Владимир Иванович, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры русского языка, Донецкий национальный университет, г. Донецк, Донецкая Народная Республика, ORCID: [0000-0002-4301-6585](https://orcid.org/0000-0002-4301-6585), mowi48@mail.ru

Вклад в статью: анализ литературы, написание текста статьи, редактирование.

Статья поступила в редакцию 28.01.2022
Одобрена после рецензирования 15.04.2022
Принята к публикации 21.04.2022

Information about the author

Vladimir I. Mozgovoy, Candidate of Philology, Associate Professor, Associate Professor of the Russian Language Department, Donetsk National University, Donetsk, Donetsk Peoples Republic, ORCID: [0000-0002-4301-6585](https://orcid.org/0000-0002-4301-6585), mowi48@mail.ru

Contribution: literature analysis, manuscript text drafting, editing.

The article was submitted 28.01.2022
Approved after reviewing 15.04.2022
Accepted for publication 21.04.2022

Неофилология

Neofilologiya = Neophilology

ISSN 2587-6953 (Print)

<http://journals.tsutmb.ru/neophilology/>

ISSN 2782-5868 (Online)

Перечень ВАК, ПИНЦ, DOAJ, Ulrich's Periodicals Directory, EBSCO, ResearchBib, CrossRef, НЭБ «eLIBRARY.RU», ЭБ «КиберЛенинка»

НАУЧНАЯ СТАТЬЯ

УДК 811.161.1:81'36:008

DOI 10.20310/2587-6953-2022-8-2-243-253

Междометные глаголы в русскоязычном переводе веб-манхвы “Sweet Home” («Милый дом»): грамматический статус и новации

Марина Юрьевна БЕЛЯЕВА

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет»

350040, Российская Федерация, г. Краснодар, ул. Ставропольская, 149

✉ fliny@mail.ru

Аннотация. Актуальность исследования обусловлена природой феномена междометных глаголов, составляющего часть грамматической картины мира русского языка. Целью работы ставится выявление новаций в области форм, семантики и функционирования междометных глаголов в русскоязычном переводе веб-манхвы “Sweet Home” («Милый дом»). Задачи работы включают: обоснование позиции автора относительно частеречного статуса междометных глаголов; определение принадлежности производящих для междометных глаголов к семантическим полям, подполям, группам; определение субъектных // объектных отношений при функционировании форм; выявление формальных новаций у междометных глаголов в русскоязычном переводе веб-манхвы. Предметом исследования выступают особенности форм и функций междометных глаголов в жанре веб-манхвы как разновидности комикса. Используются структурно-грамматический, функциональный методы, метод семантической классификации глагольной лексики. Проанализирована принадлежность употреблений междометных глаголов к лексико-семантическим полям и группам глаголов русского языка. Выявлено доминирование глаголов поля действия, подполя физического воздействия на объект, подполя перемещения глаголов в пространстве; лексико-семантических групп глаголов перемещения в пространстве, глаголов давления, приведения объекта в состояние покоя. Скорректирована по отношению к жанру манхвы классификация семантических моделей производящих глаголов. Выявлены новые для русского языка формы междометных глаголов. Выводы: новации в области междометных глаголов обусловлены спецификой жанра веб-манхвы как разновидности комикса и способствуют расширению представлений о возможностях морфологии русского языка. Результаты работы могут быть использованы при типологизации частей речи и явлений окказионального формо- и словообразования, при исследовании лексико-семантических группировок глагольной лексики.

Ключевые слова: междометные глаголы, лексико-семантические группы глаголов, новация, веб-манхва

Для цитирования: Беляева М.Ю. Междометные глаголы в русскоязычном переводе веб-манхвы “Sweet Home” («Милый дом»): грамматический статус и новации // Неофилология. 2022. Т. 8, № 2. С. 243-253. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2022-8-2-243-253>



Материалы статьи доступны по лицензии [Creative Commons Attribution \(«Атрибуция»\) 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) Всемирная



Interjectional verbs in Russian translation of the web-manhwa “Sweet Home” (“Milyy dom”): grammatical status and innovations

Marina Y. BELYAEVA

Kuban State University
149 Stavropolskaya St., Krasnodar 350040, Russian Federation
✉ fliny@mail.ru

Abstract. The relevance of the study is due to the nature of interjectional verbs phenomenon, which is part of the Russian language grammatical picture of world. The aim of the work is to identify innovations in the field of forms, semantics and functioning of interjectional verbs in the Russian translation of the web-manhwa “Sweet Home” (“Milyy dom”). The tasks of the work include: substantiation of the author’s position regarding the part-speech status of interjectional verbs; determination of belonging of generators for interjectional verbs to semantic fields, subfields, groups; definition of subject // object relations in the functioning of forms; identification of formal innovations in interjectional verbs in the Russian translation of the web-manhwa. The subject of the study is the features of the forms and functions of interjectional verbs in the web-manhwa genre as a kind of comic book. Structural-grammatical, functional methods, the method of semantic classification of verbal vocabulary are used. The belonging of the use of interjectional verbs to the lexical-semantic fields and groups of verbs of Russian language is analyzed. Structural-grammatical, functional methods, semantic classification of verbal vocabulary method are used. The belonging of the use of interjectional verbs to the lexical-semantic fields and groups of verbs of Russian language is analyzed. The dominance of the verbs of the action field, the subfield of the physical impact on the object, the subfield of the movement of verbs in space was revealed; lexico-semantic groups of verbs of movement in space, of verbs of pressure, of bringing an object into a state of restlessness. The classification of semantic models of generating verbs has been corrected in relation to the manhwa genre. New forms of interjectional verbs for the Russian language are revealed. Conclusions: innovations in the field of interjectional verbs are due to the specifics of the web-manhwa genre as a kind of comic book and contribute to the expansion of ideas about the possibilities of the morphology of the Russian language. The results of the work can be used in the typology of parts of speech and phenomena of occasional form- and word-formation, in the study of lexico-semantic groupings of verbal vocabulary.

Keywords: interjectional verbs, lexico-semantic groups of verbs, novation, web-manhwa

For citation: Belyaeva M.Y. Mezhdometnyye glagoly v russkoyazychnom perevode veb-mankhvy “Sweet Home” («Milyy dom»): grammaticheskiy status i novatsii [Interjectional verbs in Russian translation of the web-manhwa “Sweet Home” (“Milyy dom”): grammatical status and innovations]. *Neofilologiya – Neophilology*, 2022, vol. 8, no. 2, pp. 243-253. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2022-8-2-243-253> (In Russian, Abstr. in Engl.)



This article is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



ВВЕДЕНИЕ

Интересы исследования обращены к такому грамматическому явлению, как междометные глаголы, образованные посредством нулевой аффиксации и служащие для выражения быстрого // внезапного осуществления

действия. Актуальность изучения междометных глаголов во многом связана с тем, что данный феномен обеспечивает своеобразие грамматической картины мира русского языка [1, с. 320].

Несмотря на освещение данного феномена в целом ряде классических трудов

А.А. Потебни, А.А. Шахматова, Е.Д. Поливанова, А.А. Реформатского [2, с. 736], С.О. Карцевского [3], А.И. Германовича [4] и изысканиях последних лет [5–7], проблемным остаётся вопрос о его грамматическом статусе. Принципиальное отличие междометных глаголов видят в экстралингвистической семантике (обозначения эмоций в лексико-семантическом поле эмотивов [8]); неили понятийном характере отражения действительности [9, с. 116–117]; синтаксических особенностях (средствах выражения модальности [10]), стилистических возможностях, прагматике [11]. В качестве инструмента исследования привлекается шкала переходности // синкретичности частей речи В.В. Бабайцевой [12].

Неоднозначность трактовки явления на фоне междометий и звукоподражаний подчёркивается обилием терминов-синонимов (не менее 10 образцов): *междометные глаголы, глаголы ультрамгновенного типа, междометно-глагольные формы¹, усечённые формы глагола* [13] и др.

В связи с вышесказанным исследованию грамматического феномена в речи предшествовало формулирование позиции автора относительно частеречного статуса междометных глаголов.

ХАРАКТЕРИСТИКА МАТЕРИАЛА И ИСТОЧНИКОВ ИССЛЕДОВАНИЯ

Целью настоящего исследования являлось обнаружение особенностей форм, семантики и функций междометных глаголов в русскоязычном переводе веб-манхвы “Sweet Home” («Милый дом»), Республика Корея (выходит с 2019 г., жанры: боевик, драма, психология, сэйэн, триллер, ужасы)². Примерами собранного языкового материала могут служить: *вырв* – вырывает из рук другого каталку, *кат* – мяч катится, *отход* – человек отходит от двери, *прицель* – прицелился из ружья, *стис* – стиснул руку и мн. др. В

¹ Мхитарьян Г.С. Глагольно-междометные формы как особая форма глагола // Бесплатная интернет-библиотека. URL: <http://www.doc.knigi-x.ru/22raznoe/252741-1-gs-mhitarjan-glagolno-mezhdometnie-formi-kak-osobaya-forma-glagola-p> (дата обращения: 6.01.2022).

² Sweet home_hwang_youngchan. URL: [Manga-online.biz/sweet_home_hwang_youngchan.html](https://manga-online.biz/sweet_home_hwang_youngchan.html) (accessed: 12.12.2021).

переводах текста манхвы было выявлено 155 образцов междометных глаголов. Кроме того, привлекались примеры из манхвы «Шампанское и розы», «Дворянство» (с 2015 г.), «Моритат», «Свинарник» (2019 г.), а также приквела к «Милому дому» под названием «Мальчик с ружьём» (с 2021 г.). Формы, обнаруженные в тексте перевода, сверялись с данными классических словообразовательных и грамматических словарей [14; 15].

Задачи работы предусматривали обоснование позиции автора по поводу частеречного статуса междометных глаголов; определение принадлежности производящих для междометных глаголов к семантическим полям, подполям, группам; определение субъектных // объектных отношений при функционировании форм; выявление формальных новаций у междометных глаголов в русскоязычном переводе веб-манхвы.

Манхва представляет собой одну из форм корейской поп-культуры, возникшую по образцу американских комиксов [16]. Способность междометий и междометных глаголов минимизировать цепочки форм, снижая роль парадигматики и увеличивая роль синтагматики в выражении временных значений, активно эксплуатируется в жанре комикса [17]. В последнее время помимо традиционных форм печатной продукции манхва выпускается в формате веб-тунов // веб-манхвы [18–20].

Компонент корейской волны КРОРа (*халлю*), востребованной в современной массовой культуре, манхва имеет ряд различий со своим предшественником в сценарии, стиле, построении рисунка с его чёрно-белой гаммой. Слова вроде «бац», «бабах», «шмяк», «тыц» выделяются не так ярко, как в обычных комиксах, но надписи по поводу ударов, взрывов часто используются для создания эмоционального впечатления.

Название веб-манхвы “Sweet Home” несёт на себе оттенок иронии: стены многоэтажного дома, в которых люди пытаются спастись от вторжения гигантских монстров-людоедов, оказываются весьма сомнительной защитой, отчасти оттого, что в чудовищ превращаются сами люди. В центре повествования – противостояние людей монстрам. В сопротивлении принимают участие старшекласник-сирота Чха Хён, девушка-гита-

рист Юн Джису и ряд других персонажей, пытающихся спасти от чудовищ детей и соседей. Эмоциональное впечатление от манхвы отражают комментарии пользователей Интернета: «Я впервые за эту мангу заплакала (да вообще где здесь плакать? Только страшились)»; «Начала читать её ночью, пришлось останавливаться... и дочитывать в более светлое время суток»; «Когда я послушала этот отрывок со всеми «Тянь, чавк, диндон», по спине прям побежали мурашки»³.

При анализе глаголов (и глагольных междометий от них) встаёт проблема типологизации фантастических персонажей, занимающих нишу между живым и неживым.

РЕЗУЛЬТАТЫ АНАЛИЗА И ОБСУЖДЕНИЕ

1. Частеречный статус междометных глаголов. При обосновании авторской позиции следует определить, принадлежат ли проблемные слова к понятийным // непонятийным (а); глаголам // междометиям; к грамматическим формам // самостоятельным словам. Выбор «непонятийности», то есть отнесение к единицам уровня представления, автоматически влечёт за собой признание междометной природы слов типа *дёрг*, *скрип*, *швырь*. За признанием понятийности данной лексики следует поиск заключённого в ней понятия, каковым оказывается исключительно действие (в широком понимании термина), лексическое значение которого передано дериватам через производящие: *тыркать* > *тырк*, *шваркнуть* > *шварк* и проч. В качестве производящих словообразовательные словари *современного* русского языка указывают не междометия, а глаголы, напр.: *брякать* > *бряк*, *капать* > *кап* и др. Остаётся решить, получили ли мы формально-грамматическое образование или новое лексическое слово. Изменения лексического значения не произошло: внезапность и быстрота осуществления действия и связанные с этим эмоции уже нашли воплощение в производящих глаголах, большинство которых принадлежит к разговорной речи. Следовательно, с учётом сохранения «вещественного» значения, мы

имеем грамматические формы с дефектной парадигмой, чья «высокая глагольность» (способность выражать значения реального и нереального наклонений глагола, а в контексте – и времени) не подлежит сомнению.

Ответ на вопрос о природе междометных глаголов можно связать с синкретичностью нулевого аффикса, выполняющего как формо-, так и словообразовательную функции. В этом случае в отношении языка налицо результат формословообразования, проявляющийся в условиях контекста до одной из ипостасей. Регулярность обращения к нулевой аффиксации для создания междометных глаголов свидетельствует, на наш взгляд, о принадлежности междометных глаголов к неспрягаемым грамматическим формам.

2. Функционирование междометных глаголов в веб-манхве: субъекты и объекты. Известно деление глаголов на одушевлённо- или неодушевлённо-маркированные, значение которых может показывать место связанных с ними существительных в поле одушевлённости; таковы глаголы мышления, эмоций, речевой деятельности [21, с. 91-92]. Человекообразные монстры в тексте манхвы обладают всеми перечисленными признаками. Они способны передвигаться (*ковыль-ковыль*, *топ-топ*, *шлёп*), наблюдать за людьми (*верть*, *взырь*, *глядь*, *зырь*); испытывать чувства (*боль-боль*, *гневь-гневь*); обладают речью (*А... А... Еда; Протеин; Иди сюда, моя прелесть*).

Согласно принципам выделения семантических моделей глаголов с учётом деления субъектов на «живое // неживое», действия монстров должны квалифицироваться как совмещенные, исходя же из текста – как образные (диктуемые законами жанра) [22, с. 11]. В связи со спецификой веб-туна мы дополнили группы живых (человек, животные) и неживых (явления, предметы) субъектов // объектов манхвы отдельной категорией – «монстры».

Значимость для манхвы выделения субъектов-монстров подтверждает количественный анализ. Количество образцов составляет 34,8 % от общего количества единиц, например: *барахт*, *боль-боль*, *верть*, *вздыбь*, *взмах*, *взырь*, *вихль*, *впивь*, *врезь*, *вспух*, *глядь*, *глыть*, *глоть*, *гневь-гневь*, *грозь*, *громых*, *грох*, *грызь*, *давь*, *дёрг*, *дрожь*, *зырь*, *извивь-*

³ Милый дом за 6 минут. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=JXN-F3SwqIU> (дата обращения: 12.12.2021).

извивь, издох-издох, набух, наклонь, напряг-напряг, ковыль-ковыль, обвивь-обвивь, оцуп, прыг, пузырь-пузырь, разбух, раздавь, раздуй, размах, растяг, сдавь, скомк, сморщ, сось-сось, тащ-тащ, топ-топ, тресь, уверть, уклонь, хват, хлесь, чавк-чавк, шарь, шать, швырь, шлёп, цуп-цуп.

Монстры способны увеличиваться в размерах, дотягиваясь до верхних этажей дома (*набух, разбух, раздуй, растяг*); отращивать щупальца необычайной длины, обвивающиеся вокруг противников и жертв (*извивь-извивь, обвивь-обвивь*); высасывать, грызть, давить, топтать свои жертвы (*грызь, давь, сдавь, сось-сось, тресь*).

Объекты неживой природы представлены 5,4 %. Среди них: *блесть* – заблестели глаза у мальчика; *блеснул* нож; *вспых* – что-то вспыхнуло; *кап* – идёт кровь из носа, *кап-кап* – вода капает из крана, *кать-кать* – катится тележка, *лязь* – лязгнула металлическая дверь, *полых-полых* – полыхнуло огнём при взрыве, *появь* – появилось изображение на экране.

Базовая модель «Человек как субъект действия, состояния» реализована в 77,6 % от общего количества единиц, обозначающих:

- состояния человека: *гневь-гневь* – гневается, *дрожь* – дрожит, *жмур* – жмурится, *лыбь* – персонаж довольно улыбается («лыбится»), *мах-мах* – учитель подзывает монстра, *пот-пот* – потеет от страха, *трясь* – трясётся от страха, *хмурь* – хмурится;

- звуки человека: *сонь-сонь* (дети спят);

- характер движения: *клонь* – поклонился, *ковыль-ковыль* – ковыляет, *крадь* – крадётся, *отступь* – отступает, тихо пятится; *присядь* – присел, *тащ-тащ* – товарищ тащит другого, спасая; *увёрт* – увёртывается от щупалец чудовища, *уклонь* – персонаж уклонился от удара; в том числе боевые действия: *брось* – бросил бутылку в чудовище, *втык* – воткнул лезвие, *пинь* – пнул тушу, *плясь* – плеснул кислотой, *поднимь* – поднял щит, *режь* – разрезал тушу катаной, *рыск-рыск* – рыщет в шкафу, *уклонь* – уклонился от удара, *швырь* – швырнул бутылку и др.

Ряд действий // состояний синкретичен, относится как к людям, так и к монстрам. К таким производящим глаголам относятся следующие с корнями: *взмах, верть, глядь, хват*; в том числе с редупликацией корней: *дрожь, тащ, топ, уклонь, шарь, шать, швырь*.

Рассмотрим позиции производящих глаголов в семантической классификации глагольной лексики.

3. Семантическая классификация производящих глаголов. Производящие для междометных глаголов из текста веб-манхвы были распределены по лексико-семантическим полям, подполям и группам (далее – ЛСГ) на основании семантической общности категориально-лексического и дифференциального характера, в соответствии с классификацией составителей словаря «Лексико-семантические группы русских глаголов», задуманного ещё Э.В. Кузнецовой [23].

1 ПОЛЕ ДЕЙСТВИЯ

1 ПОДПОЛЕ ПЕРЕМЕЩЕНИЕ

ЛСГ глаголов перемещения в пространстве:

Глаголы субъектного перемещения: *барахтаться, ковылять, красться, лететь, ползти, ринуться, рыскать, скользить, уронить, хромать*;

Глаголы объектного и субъектного перемещения: *бросать, елозить, катиться, двигать, двинуть, отходить, ронять, тащить, тянуть, рухнуть, стрелять*;

ЛСГ глаголов вертикального перемещения: *вскочить, замахнуться/замахиваться, капать, падать, поднять руку, подпрыгнуть, ставить, увязнуть*;

ЛСГ глаголов вертикального перемещения, ориентированного относительно исходного пункта: *отступить, раздвинуться, разлететься* (о камнях), *расступиться*;

2 ПОДПОЛЕ ПОМЕЩЕНИЯ ОБЪЕКТА

ЛСГ глаголов помещения объекта: *обвить/обвивать*;

ЛСГ глаголов поглощения объекта: *всосать/всасывать, втягивать/втянуть, отсосать/отсасывать*;

ЛСГ глаголов проникновения субъекта куда-либо, во что-либо: *ворваться, воткнуться/втыкаться, вливаться* (во врага), *врезаться, втыкать, тыкать*;

ЛСГ глаголов покрытия одного объекта другим: *обвиться/обвиваться, оплести/оплестать*;

ЛСГ глаголов скрытия: *пихать*;

ЛСГ глаголов удаления объекта: *стереть*;

3 ПОДПОЛЕ ФИЗИЧЕСКОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ НА ОБЪЕКТ

ЛСГ глаголов нанесения удара: *вмазать, пинать, размазать, толкнуть, треснуть, ударить, хлестать, шлёпать*;

ЛСГ глаголов давления: *давить, раздавить, жать/сжимать, стиснуть, тереть, щипать*;

ЛСГ глаголов приведения объекта в состояние непокоя: *вертеть, взмахнуть, двигать, дёргать, ерошить, кивать, колыхать, крутить, махать, наклониться, откинуться, покачиваться, размахнуться/размахиваться, рвануть*;

ЛСГ глаголов прикосновения: *обнимать/обнять, спотыкаться, трогать, чиркать/чиркнуть, щупать*;

ЛСГ глаголов изменения положения: *клониться, наклониться, уклониться, шататься*;

ЛСГ глаголов повреждения объекта: *сколкать, топтать*;

ЛСГ глаголов отрицательного воздействия на объект: *жесть, кусать, полыхать, пронзить, пылать*;

ЛСГ глаголов разделения: *грызть, драть, проломить, резать*;

4 ПОДПОЛЕ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

ЛСГ глаголов восприятия: *взглянуть, воззриться, глядеть, оглянуться/оглядываться, ощупать/ощупывать*;

5 ПОДПОЛЕ РЕЧЕВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

ЛСГ глаголов произнесения: *лепетать, молчать*;

ЛСГ глаголов речевого воздействия: *грозить*;

ЛСГ глаголов речевого выражения эмоций: *ахнуть/ахать*;

6 ПОДПОЛЕ ЗВУЧАНИЯ

ЛСГ глаголов звучания, издаваемого живыми существами: *ныть, свистеть, сопеть, ухнуть/ухать, фыркать, храпеть, чавкать, щелкать*;

ЛСГ глаголов звучания, издаваемого неодушевленными предметами: *булькать, бухнуть, гроыхать, грохать монстр, дребезжать, лязгать, плескать, хлюпать, хрустеть, цокать, шуршать*;

7 ПОДПОЛЕ ФИЗИОЛОГИЧЕСКИЕ ДЕЙСТВИЯ

ЛСГ глаголов физиологического состояния: *оцепенеть*;

ЛСГ глаголов дыхания: *всхлипывать*;

ЛСГ глаголов проявления разнообразных физиологических действий: *глотать, дрыхнуть, моргать, описаться, плевать // плюнуть, потеть*;

8 ПОДПОЛЕ ФУНКЦИОНАЛЬНОЕ СОСТОЯНИЕ

ЛСГ глаголов изменения функционального состояния: *заслонить, заткнуть, распахнуть, отпустить, пустить*;

9 ПОДПОЛЕ СОЦИАЛЬНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

ЛСГ глаголов по достижению цели: *прицелиться*.

2 ПОЛЕ СОСТОЯНИЕ

ПОДПОЛЕ БЫТИЯ

ЛСГ глаголов начала бытия, воспринимаемого органами чувств: *появиться, пузыриться*;

ЛСГ глаголов прекращения действия, бытия, состояния: *остановиться/останавливаться, издохнуть*;

ПОДПОЛЕ КАЧЕСТВЕННОЕ СОСТОЯНИЕ

ЛСГ глаголов становления признака: *краснеть*;

ЛСГ глаголов проявления качества, воспринимаемого органами чувств: *блестеть, вонять*;

ЛСГ глаголов изменения количественного признака: *набухнуть, разбухнуть, раздуться/раздуваться, растягиваться, сморщиться*;

ЛСГ глаголов утраты качества: *перекосясь* (о лице);

ПОДПОЛЕ ЭМОЦИОНАЛЬНОЕ СОСТОЯНИЕ

ЛСГ глаголов проявления эмоционального состояния: *взорваться* (о человеке), *испугаться, улыбаться/улыбнуться, хмуриться*;

3 ПОЛЕ ОТНОШЕНИЯ

ПОДПОЛЕ ВЛАДЕНИЯ

ЛСГ глаголов отчуждения: *вырвать* (катану);

ПОДПОЛЕ МЕЖЛИЧНОСТНЫЕ ОТНОШЕНИЯ

обнять/обнимать (брат сестру).

Проанализировав принадлежность 155 образцов междометных глаголов, обнаруженных в переводах текста манхвы "Sweet Home" («Милый дом»), к лексико-семантическим полям и ЛСГ русского языка, мы выявили следующее.

Поле действия представлено 136 ед. (87,7 % от общего количества образцов, что в 7,4 раза превышает количество поля состояния – 17 ед. (11,0 %) и в 67 раз – поле отношения – 2 ед. (1,3) %).

Среди подполей большим количеством образцов обладают:

- подполе физического воздействия на объект (35,3 % от количества ед. в поле действия);

- подполе перемещения глаголов в пространстве (23,5 %);

- подполе звучания (13,9 %).

На долю трёх данных подполей приходится 72,7 % от количества образцов междометных глаголов в поле действия.

Значительны с точки зрения объема ЛСГ глаголов:

- объектного и субъектного перемещения в пространстве (15,7 % от количества ед. в поле);

- приведения объекта в состояние покоя (10,3 % от количества ед. в поле действия);

- звучания, издаваемого неодушевлёнными предметами (8,1 %).

4. Формы междометных глаголов в веб-манхве: традиции и новации. Для мощных действий и продолжительных состояний монстров используются 15 образцов редупликативных слов с повтором корней: *боль, врезь, гневь, извивь, издох, напряг, ковыль, обвивь, пузырь, сморить, сось, отсось, тащ, топ, щуп*. К словам, характеризующим явления, неодушевлённые предметы, относятся 4 образца с повтором корней: *блесть, полых, кап, кать*. Для обозначения действий, состояний человека использованы 14 ед. с редукцией: *дрожь, мах, пих, пот, рыск, сопь, ставь, тащ, тёр, толк, топ, чавк, шарь, щуп*.

Отступлением от правил отечественной орфографии является употребление отдельных написаний вместо нормативных дефисных при повторе корней: *дрожь дрожь, отступ отступ* и др. Интенсивные или продолжительные действия отмечены троекратными и более повторами корней: *тык³* (набирает номер в телефоне), *хрусь³* (хрустят кости), *топ⁵* (персонаж уходит из коридора), *извивь⁷* (щупальца захватывают тела жертв).

К языковым междометным глаголам мы относим те, что вошли в «Грамматический

словарь» А.А. Зализняка, куда включены 3 междометия или междометия-предикатива с финалью -г (*дрыг, прыг, шмыг*), 13 – -к (*кряк, бряк, звяк, стук, тырк, кувырк, шарк, шварк* и др.), 11 – -х (*бах, бултых, плюх, тарарах, шарах* и т. п.), итого 27 ед. Традиционное *скрип*, занимающее 2-е место по частотности употребления в Национальном корпусе русского языка (1255 употреблений), в манхве не употребляется, трансформируясь в междометие *скриши*.

Наибольшее количество языковых форм обнаруживается в трёх ЛСГ:

ЛСГ глаголов звучания, издаваемого живыми существами – 6 из 8:

пыхтеть, ухнуть/ухать, фыркать, чавкать, щелкать;

ЛСГ глаголов звучания, издаваемого неодушевлёнными предметами – 6 из 11:

булькать, бухнуть, грохать, хлюпать, хрустеть, цокать;

ЛСГ глаголов приведения объекта в состояние покоя – 5 из 14:

вертеть, дёргать, колыхать, крутить, махать.

Большинство междометных глаголов, употреблённых в переводе веб-манхвы на русский язык (72,9 % от общего количества образцов), принадлежит к окказиональным. Все из них относятся к полю действия. Окказиональность их проявляется в следующем. Усечённые формы образуются от:

1) бесприставочных базовых глаголов движения, принципиально не способных передать значение однократности, внезапности: *леть, падь, польз*;

2) глаголов отношения: *обнимь*;

3) от глаголов состояния: *блестеть, во-нять, испугаться, краснеть, остановиться, оцепенеть, появиться, разбухнуть, хмуриться* и др.;

4) глаголов с -ну, служащих для выражения внезапного, быстрого осуществления действия: *ахнуть, вздохнуть, двинуть, заткнуть, подпрыгнуть, рухнуть, стиснуть, увязнуть* и др.

В результате у производящих глаголов парадигмы пополняются (а) или достраиваются до избыточных (б). Новообразования выступают в качестве грамматических омонимов к именам существительным: *боль, взмах, вонь, дрожь, испуг, напряг, отступ,*

пот, пузырь, резь (а); глаголам в форме императива; *ставь, шарь* (б); в форме прошедшего времени: *издох, тёр* (в).

Судя по комментариям, зрители воспринимают ряд форм как необычные формы звукоподражаний: «Я, конечно, понимаю, что *гневь-гневь* ничего не затмит, но... *крадь, глядь...* (Чайный фонтан); *Присядь*, это слово готово посоревноваться с *гневь-гневь* (Fru Fru Fru); *Присядь, гневь-гневь, сопь-сопь, извивь-извивь...* Коротко о фантастической озвучке звуков в моей голове [maskerel].

Будучи нестандартными с позиций русского языка, некоторые междометные глаголы привычны для веб-туна. Перевод манхвы осуществлял “Rikudo-sennin clan”. В переводах других произведений той же командой имеются аналогичные формы: *дрожь* – дрожит рука («Дворянство»); *глядь* – служанка обернулась (глянула), *жамк* – сжимает кулак, *рывк* – рванул руку («Моритат»). Команда переводчиков текста манхвы «Шампанское и розы» употребляет формы: *лыбь* – улыбается (переводчики: “Mystery of love”); *затяг, клонь, пływ* (переводчики: «Сычик против котов»); аналогично: *глядь* – смотрит; *мырг* – моргает (переводчик Dream Fireworks в веб-манхве «Дарую тебе свою кровь»).

ВЫВОДЫ

Лексическая семантика междометных глаголов (в статусе форм глагола) в целом обусловлена спецификой жанра веб-манхвы как разновидности комикса с его «высокой глагольностью» – быстрой сменой физических действий, движений, эмоциональных состояний.

В русскоязычных переводах текста манхвы “Sweet Home” («Милый дом») производящие для междометных форм глаголов в поле действия насчитывают 87,7 % от общего количества образцов, намного опережая в количественном отношении поля состояния и отношения. Наибольшее количество образцов относится к подполям физического воздействия на объект (35,3 % от количества ед. в поле действия), перемещения глаголов в пространстве (23,5 %), звучания (13,9 %). Значительны с точки зрения объема ЛСГ глаголов объектного и субъектного перемещения в пространстве (15,7 % от количества ед. в поле); приведения объекта в состояние покоя (10,3 %); звучания, издаваемого неодушевленными предметами (8,1 %).

Для русского языка большинство междометных глаголов, употреблённых в переводе веб-манхвы, принадлежит к окказиональным, демонстрирующим разрыв между лексическим значением и грамматической формой (72,9 % от общего количества образцов). Все новации относятся к полю действия. За счёт новообразований парадигмы глаголов пополняются или достраиваются до избыточных.

Таким образом, новации в области междометных глаголов, отмеченные в переводах веб-манхвы “Sweet Home” («Милый дом»), способствуют расширению представлений о возможностях морфологии русского языка.

Перспективами исследования может стать выявление соотношения в переводах манхвы междометий и междометных глаголов, а также изучение междометных глаголов в отечественных комиксах в связи со становлением жанра на русской почве [24].

Список источников

1. Петрухина Е.В. Философско-филологические заметки о функциях грамматических форм в тексте // Verbum: язык, текст, словарь: сб. науч. тр. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2006. С. 313-325.
2. Русская грамматика: в 2 т. / под ред. Н.Ю. Шведовой. М.: Наука, 1980. Т. 1. 783 с.
3. Карцевский С.О. Введение в изучение междометий // Вопросы языкознания. 1984. № 6. С. 155-169.
4. Германович А.И. Междометия русского языка. Киев: «Радянська школа», 1966. 172 с.
5. Рябкова Н.И. Три вопроса относительно междометия // Вестник Сургутского государственного педагогического университета. 2015. № 6. С. 46-51.
6. Темирбекова А.О. Из истории изучения междометий // Вестник Челябинского государственного университета. Филология. Искусствоведение. 2012. № 6 (260). Вып. 64. С. 125-128.
7. Чунослова И.А. Языковые критерии идентификации междометий // Вестник Челябинского государственного педагогического университета. 2017. № 2. С. 177-181.

8. Буянова Л.Ю., Ордули А.В. Междометие как репрезентанта эмоций: семиотико-прагматическая параметральность // Культурная жизнь Юга России. 2013. № 2 (49). С. 59-62.
9. Торопцев И.С. Словопроизводственная модель. Воронеж: Изд-во Воронеж. гос. ун-та, 1980. 142 с.
10. Тарелкина Т.И. Модальная функция глагольных междометий // Русская речь. 2017. № 4. С. 70-74.
11. Шкапенко Т.М. О прагматическом подходе к описанию междометий // Вестник Кемеровского государственного университета. 2017. № 1. С. 217-221.
12. Хвостунова Т.И. Место глагольно-междометных форм в переходной зоне между глаголами и звуко-подражательными междометиями // Вестник Московского государственного университета. 2000. № 1-2. С. 72-77.
13. Моисеева Л.С., Борисова Т.Ю. Функционирование «усечённых» форм глагола в произведениях русской художественной литературы XIX–XXI вв. // Социально-экономические явления и процессы. 2013. № 6 (52). С. 195-198.
14. Тихонов А.Н. Словообразовательный словарь русского языка: 2 т. М.: АСТ: Астрель, 2003. Т. 1. 860 с.; Т. 2. 941 с.
15. Зализняк А.А. Грамматический словарь русского языка. М.: Рус. яз., 1977. 880 с.
16. Курепина Е.И. Эволюция комиксов как одной из форм корейской культуры // Общество: философия, история, культура. 2019. № 3 (59). С. 96-100.
17. Алимарданова Д.Р. О функциях междометий в контексте перевода // Инновационное развитие: потенциал науки и современного образования: сб. ст. 2 Междунар. науч.-практ. конф. Пенза: «Наука и Просвещение», 2018. С. 219-225.
18. Нестеренко М.М., Лим В.Н. Особенности перевода молодёжного сленга корейского языка на примере корейских комиксов-манхва // Сборник трудов 58 студ. науч.-практ. конф. Хабаровск: Тихоокеанский гос. ун-т, 2018. С. 391-396.
19. Романова Ю.А. Вебтун как разновидность веб-комикса // Актуальные проблемы лингвистики и литературоведения: сб. материалов 8 (22) Междунар. науч.-практ. конф. молодых учёных / отв. ред. А.Г. Кожевникова. Томск, 2021. С. 540-543.
20. Ягодарова А.О., Постоев И.А. Характеристика вебтуна как лингвистического и социокультурного явления в Южной Корее // Язык и культура: вопросы современной филологии и методики обучения языкам в вузе. Материалы 8 Всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участием. Хабаровск, 2021. С. 344-348.
21. Бак Х. Периферийные средства выражения одушевлённости – неодушевлённости // Известия Южного Федерального университета. Филологические науки. 2021. Т. 25. № 1. С. 87-99.
22. Русские глагольные предложения: Экспериментальный синтаксический словарь / под общ. ред. Л.Г. Бабенко. М.: Флинта, 2002. 464 с.
23. Лексико-семантические группы глаголов: учебный словарь-справочник / под общ. ред. Т.В. Матвеевой. Свердловск: Изд-во Урал. ун-та, 1988. 153 с.
24. Матанцева М.Б., Соколова А.И. Лингвистические особенности русского комикса // Вестник Бурятского государственного университета. Язык. Литература. Культура. 2018. № 3. С. 52-58.

References

1. Petrukhina E.V. Filosofsko-filologicheskiye zametki o funktsiyakh grammaticheskikh form v tekste [Philosophical and philological notes on the functions of grammatical forms in the text]. *Verbum: yazyk, tekst, slovar'* [Verbum: Language, Text, Vocabulary]. Yekaterinburg, Ural University Publishing House, 2006, pp. 313-325. (In Russian).
2. Shvedova N.Y. *Russkaya grammatika: v 2 t.* [Russian Grammar: in 2 vols.]. Moscow, Nauka Publ., 1980, vol. 1, 783 p. (In Russian).
3. Kartsevskiy S.O. Vvedeniye v izucheniye mezhdometiy [Introduction to the study of interjections]. *Voprosy yazykoznaviya – Topics in the Study of Language*, 1984, no. 6, pp. 155-169. (In Russian).
4. Germanovich A.I. *Mezhdometiya russkogo yazyka* [Interjections of the Russian Language]. Kiev, Radyanska shkola Publ., 1966, 172 p. (In Russian).
5. Ryabkova N.I. Tri voprosa otnositel'no mezhdometiya [Three questions about an interjection]. *Vestnik Surgutskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta – The Surgut State Pedagogical University Bulletin*, 2015, no. 6, pp. 46-51. (In Russian).
6. Temirbekova A.O. Iz istorii izucheniya mezhdometiy [From the history of the study of interjections]. *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya. Iskusstvovedeniye* [Bulletin of Chelyabinsk State University. Philology. Art History], 2012, no. 6 (260), issue 64, pp. 125-128. (In Russian).

7. Chunosova I.A. Yazykovyye kriterii identifikatsii mezhdometiy [Language criteria for identifying interjections]. *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta – Bulletin of the Chelyabinsk State Pedagogical University*, 2017, no. 2, pp. 177-181. (In Russian).
8. Buyanova L.Y., Orduli A.V. Mezhdometiye kak reprezentanta emotsiy: semiotiko-pragmatischeeskaya parametral'nost' [Interjection as a representative of emotions: semiotic-pragmatic parametricity]. *Kul'turnaya zhizn' Yuga Rossii – Cultural Studies of Russian South*, 2013, no. 2 (49), pp. 59-62. (In Russian).
9. Toroptsev I.S. *Slovoproizvodstvennaya model'* [Word Production Model]. Voronezh, Voronezh State University Publ., 1980, 142 p. (In Russian).
10. Tarelkina T.I. Modal'naya funktsiya glagol'nykh mezhdometiy [Modal Function of Verbal Interjections]. *Russkaya rech' – Russian Speech*, 2017, no. 4, pp. 70-74. (In Russian).
11. Shkapenko T.M. O pragmaticheskom podkhode k opisaniyu mezhdometiy [On the pragmatic aspect of interjections study]. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta – Bulletin of Kemerovo State University*, 2017, no. 1, pp. 217-221. (In Russian).
12. Khvostunova T.I. Mesto glagol'no-mezhdometnykh form v perekhodnoy zone mezhdu glagolami i zvukopodrazhatel'nymi mezhdometiyami [The place of verb-interjective forms in the transition zone between verbs and onomatopoeic interjections]. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo universiteta – Moscow State University Bulletin*, 2000, no. 1-2, pp. 72-77. (In Russian).
13. Moiseyeva L.S., Borisova T.Y. Funktsionirovaniye «usechennykh» form glagola v proizvedeniyakh russkoy khudozhestvennoy literatury XIX–XXI vv. [Functioning of the “truncated” forms of the verb in works of the Russian fiction of 19th-21st centuries]. *Sotsial'no-ekonomicheskiye yavleniya i protsessy – Social-Economic Phenomena and Processes*, 2013, no. 6 (52), pp. 195-198. (In Russian).
14. Tikhonov A.N. *Slovoobrazovatel'nyy slovar' russkogo yazyka: 2 t.* [Word-Building Dictionary of the Russian Language: 2 vols.]. Moscow, AST: Astrel' Publ., 2003, vol. 1, 860 p.; vol. 2, 941 p. (In Russian).
15. Zaliznyak A.A. *Grammaticheskiy slovar' russkogo yazyka* [Grammar Dictionary of the Russian Language]. Moscow, Russian Language Publ., 1977, 880 p. (In Russian).
16. Kurepina E.I. Evolyutsiya komiksov kak odnoy iz form koreyskoy kul'tury [The evolution of comics as a form of Korean popular culture]. *Obshchestvo: filosofiya, istoriya, kul'tura – Society: Philosophy, History, Culture*, 2019, no. 3 (59), pp. 96-100. (In Russian).
17. Alimardanova D.R. O funktsiyakh mezhdometiy v kontekste perevoda [On the functions of interjections in the context of translation]. *Sbornik statey 2 Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii «Innovatsionnoye razvitiye: potentsial nauki i sovremennogo obrazovaniya»* [Collection of Works of the 2nd International Scientific and Practical Conference “Innovative Development: the Potential of Science and Modern Education”]. Penza, Nauka i Prosveshchenie Publ., 2018, pp. 219-225. (In Russian).
18. Nesterenko M.M., Lim V.N. Osobennosti perevoda molodezhnogo slenga koreyskogo yazyka na primere koreyskikh komiksov-mankhwa [Peculiarities of the translation of youth slang of the Korean language on the example of Korean comics-manhwa]. *Sbornik trudov 58 studencheskoy nauchno-prakticheskoy konferentsii* [Collection of Works of the 58th Student Scientific and Practical Conference]. Khabarovsk, Pacific National University Publ., 2018, pp. 391-396. (In Russian).
19. Romanova Y.A. Vehtun kak raznovidnost' veb-komiksa [Webtoon as a kind of webcomics]. *Sbornik materialov 8 (22) Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii molodykh uchenykh «Aktual'nyye problemy lingvistiki i literaturovedeniya»* [Proceedings of the 8th (22) International Scientific-Practical Conference of Young Scientists “Current Issues of Linguistics and Literary Criticism”]. Tomsk, 2021, pp. 540-543. (In Russian).
20. Yagodarova A.O., Postoyenko I.A. Kharakteristika vehtuna kak lingvisticheskogo i sotsiokul'turnogo yavleniya v Yuzhnoy Koreye [Characteristics of the webtoon as a linguistic and sociocultural phenomenon in South Korea]. *Materialy 8 Vserossiyskoy nauchno-prakticheskoy konferentsii s mezhdunarodnym uchastiyem «Yazyk i kul'tura: voprosy sovremennoy filologii i metodiki obucheniya yazykam v vuze»* [Proceedings of the 8th All-Russian Scientific and Practical Conference with International Participation “Language and Culture: Issues of Modern Philology and Methods of Teaching Languages at the University”]. Khabarovsk, 2021, pp. 344-348. (In Russian).
21. Bak K. Periferiynyye sredstva vyrazheniya odushevlenosti – neodushevlenosti [Peripheral means of expressing the meaning of animate – inanimate]. *Izvestiya Yuzhnogo Federal'nogo universiteta. Filologicheskiye nauki – Proceedings of Southern Federal University. Philology*, 2021, vol. 25, no. 1, pp. 87-99. (In Russian).
22. Babenko L.G. (general ed.). *Russkiye glagol'nyye predlozheniya: Eksperimental'nyy sintaksicheskii slovar'* [Russian Verb Sentences: Experimental Syntactic Dictionary]. Moscow, Flinta Publ., 2002, 464 p. (In Russian).

23. Matveyeva T.V. (general ed.). *Leksiko-semanticheskiye gruppy glagolov: uchebnyy slovar'-spravochnik* [Lexico-Semantic Groups of Verbs: Educational Dictionary-Reference Book]. Sverdlovsk, Ural University Publishing House, 1988, 153 p. (In Russian).
24. Matantseva M.B., Sokolova A.I. Lingvostilisticheskiye osobennosti russkogo komiksa [Linguistic-style features of the Russian comics]. *Vestnik Buryatskogo gosudarstvennogo universiteta. Yazyk. Literatura. Kul'tura – Vestnik of Buryat State University. Language. Literature. Culture*, 2018, no. 3, pp. 52-58. (In Russian).

Информация об авторе

Беляева Марина Юрьевна, доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры русской и зарубежной филологии, Кубанский государственный университет, филиал в г. Славянске-на-Кубани, г. Славянск-на-Кубани, Краснодарский край, Российская Федерация, ORCID: [0000-0002-1453-4877](https://orcid.org/0000-0002-1453-4877), fliny@mail.ru

Вклад в статью: идея, общая концепция статьи, анализ литературы, сбор и анализ данных, обработка материала, статистический анализ, обработка результатов исследования, написание и оформление статьи.

Статья поступила в редакцию 18.02.2022
Одобрена после рецензирования 15.04.2022
Принята к публикации 21.04.2022

Information about the author

Marina Y. Belyaeva, Doctor of Philology, Associate Professor, Professor of Russian and Foreign Philology Department, Kuban State University, Slavyansk-on-Kuban Branch, Slavyansk-on-Kuban, Krasnodar Region, Russian Federation, ORCID: [0000-0002-1453-4877](https://orcid.org/0000-0002-1453-4877), fliny@mail.ru

Contribution: idea, main study conception, literature analysis, data acquisition and analysis, materials processing, statistical analysis, study results processing, manuscript drafting and design.

The article was submitted 18.02.2022
Approved after reviewing 15.04.2022
Accepted for publication 21.04.2022

Неофилология

Neofilologiya = Neophilology

ISSN 2587-6953 (Print)

<http://journals.tsutmb.ru/neophilology/>

ISSN 2782-5868 (Online)

Перечень ВАК, РИНЦ, DOAJ, Ulrich's Periodicals Directory, EBSCO, ResearchBib, CrossRef, НЭБ «eLIBRARY.RU», ЭБ «КиберЛенинка»

НАУЧНАЯ СТАТЬЯ

УДК 811.161.1'373

DOI 10.20310/2587-6953-2022-8-2-254-260

Словообразовательный потенциал англицизмов в политической лексике

Юйцян ЧЖАО

ФГБОУ ВО «Московский педагогический государственный университет»
119991, Российская Федерация, г. Москва, Малая Пироговская ул., 1, стр. 1

✉ u_chzhao11@student.mpgu.edu

Аннотация. Актуальность настоящего исследования заключается в том, что словообразовательный потенциал языковых единиц не раз становился предметом лингвистического исследования. В то же время вопрос о словообразовательном потенциале английских заимствованных слов в политической лексике современного русского языка остаётся недостаточно изученным. Цель настоящей статьи состоит в описании словообразовательного потенциала англицизмов в политической лексике современного русского языка. При исследовании в основном используются описательный метод и словообразовательный анализ. Материалом настоящего исследования послужили 302 корневых англицизма и их производные, которые были отобраны методом сплошной выборки из ряда словарей иностранных слов, например, «Словаря англицизмов русского языка» (под ред. А.И. Дьякова), «Словаря новейших иностранных слов (конец XX – начало XXI в.)» и др. В результате исследования выявлены основные лингвистические и экстралингвистические факторы, которые оказывают большое влияние на словообразовательный потенциал англицизмов политической тематики. Кроме того, выделяются основные типы «политических» англицизмов, которые обладают высоким или низким словообразовательным потенциалом. Результаты настоящего исследования могут быть полезны при изучении проблемы словообразовательного потенциала англицизмов в политической сфере.

Ключевые слова: англицизмы, политическая лексика, словообразовательный потенциал, лингвистические факторы, экстралингвистические факторы

Для цитирования: Чжао Юйцян. Словообразовательный потенциал англицизмов в политической лексике // Неофилология. 2022. Т. 8, № 2. С. 254-260. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2022-8-2-254-260>



Материалы статьи доступны по лицензии [Creative Commons Attribution \(«Атрибуция»\) 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) Всемирная



The word-formation potential of anglicisms in political vocabulary

Yuqian ZHAO

Moscow Pedagogical State University

1/1 Malaya Pirogovskaya St., Moscow 119991, Russian Federation

✉ u_chzhao11@student.mpgu.edu

Abstract. The relevance of the study lies in the fact that the word-formation potential of language units has more than once become a subject of linguistic research. At the same time, the matter of the word-formation potential of anglicisms in the political vocabulary of the modern Russian language remains insufficiently studied. The aim of this article is to describe the word-formation potential of anglicisms in the political vocabulary of the modern Russian language. The descriptive method and word-formation analysis are mainly used in the study. The research materials are 302 root anglicisms and their derivatives, which were selected by continuous sampling method from a number of dictionaries of foreign words, such as “Dictionary of anglicisms of the Russian language (edited by A.I. Dyakov)”, “Dictionary of the latest foreign words (late 20th – early 21st century)”, etc. As a result of the study, the main linguistic and extra-linguistic factors that have a great influence on the word-formation potential of political anglicisms were identified. In addition, the main types of “political” anglicisms, which have a high or low word-formation potential, are distinguished. The results of this study may be useful in studying the problem of the word-formation potential of anglicisms in political sphere.

Keywords: anglicisms, political vocabulary, word-formation potential, linguistic factors, extra-linguistic factors

For citation: Zhao Yuqian. Slovoobrazovatel'nyy potentsial anglitsizmov v politicheskoy leksike [The word-formation potential of anglicisms in political vocabulary]. *Neofilologiya – Neophilology*, 2022, vol. 8, no. 2, pp. 254-260. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2022-8-2-254-260> (In Russian, Abstr. in Engl.)



This article is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



АКТУАЛЬНОСТЬ

В русской политической лексике издавна была масса заимствованных слов. Особенно на рубеже XX–XXI веков наблюдается интенсивный процесс проникновения иноязычной лексики, в том числе и английских лексических единиц, в состав политической лексики современного русского языка. В настоящей работе под политической лексикой понимаются «лексические единицы, в семантической структуре которых присутствуют семы «политический» (имеющий отношение к политике/связанный с политикой, и их варианты), представленные как в виде экспли-

цитных, так и имплицитных компонентов семантики лексики» [1, с. 4].

Англицизмы, попадая в политическую лексику русского языка, проходят адаптацию на всех уровнях. Показателем высокой степени адаптированности английских заимствованных слов в политической лексике к русской языковой системе является реализация их словообразовательного потенциала.

В настоящее время имеется большое число работ, посвящённых описанию словообразовательного потенциала единиц языка, в частности, слов определённой лексико-семантической группы (см.: работы С.В. Артюховой, О.Н. Кравченко, А.К. Гацайниевой), конкретных морфем (см.: работы Б.А. Мусу-

кова, С.Н. Маскаевой и Л.И. Макушкиной), устойчивых словосочетаний и фразеологизмов (см.: работа Н.К. Ерёминой). В фокусе настоящего исследования находится словообразовательный потенциал англицизмов в политической лексике. Для описания их словообразовательного потенциала в первую очередь необходимо рассмотреть термин «словообразовательный потенциал слова».

По мнению А.И. Дьякова, словообразовательный потенциал слова является «способностью создавать новые слова по существующим в языке словообразовательным моделям... Это не реальное, не реализованное свойство (способность) слова, которое при соответствующих обстоятельствах может быть реализовано» [2, с. 252]. Он отличается от словообразовательной активности, которая представляет собой «реальный, существующий языковой факт» [2, с. 252]. Иначе говоря, словообразовательная активность – это реализованный словообразовательный потенциал слова.

Н.В. Волкова предлагает подобное понимание словообразовательного потенциала слова. Под ним подразумевается «способность выступать в качестве производящей базы... Это абстрактная категория, которая реализуется или не реализуется в понятиях активности и пассивности, продуктивности и непродуктивности» [3, с. 85].

В исследовании Я.В. Свечкарёвой прослеживается другое понимание словообразовательного потенциала слова. Исследователь под ним понимает «реальную и потенциальную способности слова к порождению новых единиц» [4, с. 15].

Кроме того, Д.В. Тимошина рассматривает словообразовательный потенциал слова как «реализованные в языке на определённом синхронном срезе возможности» [5, с. 145].

Из вышесказанного следует, что существует неоднозначное понимание термина «словообразовательный потенциал слова». Он квалифицируется как способность слова образовывать новые лексические единицы, которая является 1) нереальной, нереализованной [2; 3]; 2) реальной и потенциальной [4]; 3) реализованной на определённом синхронном срезе [5]. В настоящей работе мы придерживаемся первого мнения и определяем словообразовательный потенциал англи-

цизмов в политической лексике как их возможную способность к образованию новых слов на русской языковой почве, которая может быть реализована в определённом промежутке времени.

СЛОВООБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ АНГЛИЦИЗМОВ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ТЕМАТИКИ

Словообразовательный потенциал англицизмов в политической лексике определяется рядом факторов, которые в основном могут быть разделены на две группы: лингвистические и экстралингвистические факторы. В группу лингвистических факторов, во-первых, входит фактор семантики производящего англицизма. Как Е.А. Земская отмечает, «словообразовательный потенциал всех частей речи определяется семантикой производящего, составом его семантических компонентов...» [6, с. 351]. Например, если производящая основа существительного содержит сему «политическое действие», то при помощи аффиксов от него возможно образовать производное прилагательное, обозначающее признак другого предмета или действия через отношение к данному действию: *бойкот* – *бойкотный*, *митинг* – *митинговый*, *импичмент* – *импичментный*, *локаут* – *локаутный*, *брифинг* – *брифинговый* и т. д. Вместе с тем следует ожидать образования от данных слов глаголов со значением «осуществлять/осуществить определённое политическое действие»: *бойкот* – *бойкотировать*, *митинг* – *митинговать*, *импичмент* – *импичментовать*, *локаут* – *локаутировать*, *брифинг* – *брифинговать* и т. д. Словообразовательный потенциал англицизмов, описывающих реалии политической сферы в англоязычных странах, как правило, ограничивается созданием относительных прилагательных: *уотергейт* – *уотергейтский*, *файлгейт* – *файлгейтский*, *ирангейт* – *ирангейтский*, *Капитолий* – *капитолийский*, *фений* – *фенийский* и др. От англицизма, в семантической структуре которого присутствует сема «признак», возможны существительное, называющее отвлечённый признак: *неоконсервативный* – *неоконсервативность*, и наречие со значением «признак другого признака»: *неоконсервативный* – *неоконсервативно*.

Во-вторых, на их словообразовательный потенциал оказывают влияние типичные лексико-синтаксические связи производящих англицизмов. Например, для слова *пиар* характерна связь с предикатом *заниматься* и возможно появление производного слова: *пиарищик* – кто (занимается) *пиаром*. Аналогично образуются следующие потенциальные производные: *импичментник* – кто осуществляет импичмент, *праймеризник* – кто участвует в праймериз, *митинговщик* – кто участвует в митингах и др.

В-третьих, словообразовательный потенциал англицизмов в политической лексике зависит от их степени грамматической освоенности. Всем известно, что неизменяемые заимствованные слова редко участвуют в словообразовательном процессе русского языка: *антифа* (англ. *antifascist*), *гоу-слоу* (англ. *go slow*), *виги* (англ. *Whig*), *тори* (англ. *Tory*), *джинго* (англ. *jingo*) и др. Трудно выдвинуть предположение, что англицизмы, функционирующие только в форме множественного числа в современной русской речи, могут образовать большое число новых слов: *барнбюрнеры* (англ. *barnburners*), *гринбекеры* (англ. *greenbackers*), *левеллеры* (англ. *levellers*) и др. Следует подчеркнуть, что «если иноязычное слово адаптируется грамматической системой языка, его грамматическая оформленность, как правило, расширяет возможности образования производных» [7, с. 12].

В-четвёртых, фонетический облик англицизмов в политической лексике может ограничить их словообразовательный потенциал. С точки зрения А.И. Дьякова, «к словам с низким словообразовательным потенциалом можно отнести англицизмы, имеющие неудобопроизносимый для русского человека фонетический облик» [2, с. 253]. Например, трудно предсказать порождение новых слов от следующих англицизмов: *фотифайф* (англ. *forty five*), *нонпролиферейшн* (англ. *nonproliferation*), *шатдаун* (англ. *shutdown*) и т. д.

В-пятых, их словообразовательный потенциал в определённой степени обусловлен тем, к какой части речи относится англицизм. А.И. Дьяков пишет: «что касается признаков англоязычных слов (прилагательных и глаголов), то их использование в качестве исходной базы в русскоязычном слово-

образовании проявляется значительно реже по сравнению с именами существительными, но точно это установить невозможно, т. к. одна и та же лексема в английском языке может быть и существительным, и прилагательным, и глаголом» [8, с. 14].

Кроме того, выделяются следующие факторы, влияющие на словообразовательный потенциал англицизмов в политической лексике: стилистическая характеристика и широта сочетаемости. Как правило, в «политических» англицизмах более высоким словообразовательным потенциалом обладают:

1) нейтральные англицизмы, чем стилистически окрашенные англицизмы;

2) англицизмы, имеющие широкую сочетаемость, чем англицизмы, имеющие ограниченную сочетаемость.

К числу экстралингвистических факторов в основном принадлежат фактор частотности употребления англицизма и фактор степени актуальности предмета и понятия, обозначаемого англицизмом. Широкоупотребительные и более актуальные англицизмы в политической лексике, безусловно, обладают большим словообразовательным потенциалом.

Следует подчеркнуть, что лингвистические и экстралингвистические факторы одновременно и совместно оказывают влияние на словообразовательный потенциал англицизмов политической тематики. Однако языковые факторы иногда оказываются сильнее, чем языковые факторы. Например, в связи с высокой частотностью употребления и степенью актуальности неосвоенные аббревиатуры *PR* и *VIP* активно участвуют в образовании новых слов в русском языке: *PR-компания*, *PR-агентство*, *PR-служба*, *PR-кадры*, *VIP-зал*, *VIP-класс*, *VIP-персона*, *VIP-вагон* и т. д.

Словообразовательный потенциал англицизмов в политической лексике является разным. Большим словообразовательным потенциалом обычно обладают склоняемые существительные, оканчивающиеся на согласный. От них можно создать новые дериваты разных частей речи с помощью аффиксальных способов. Например, от существительных с флексией *-изм* возможно образовывать относительные прилагательные с суффиксом *-истск*: *аболиционистский*, *абсен-*

теистский, берчистский, билатералистский, бикамералистский, джингоистский и др. От существительных с окончанием *-инг* возможно образовать относительные прилагательные при помощи суффикса *-ов*: *митинговый, спиндокторинговый, логроллинговый, политконсалтинговый, политмаркетинговый*. Кроме того, возможно порождение следующих потенциальных относительных прилагательных от существительных, оканчивающихся на согласный, с помощью суффиксов *-ск, -овск, -н*: *хардлайнерский, фриганский, спичрайтерский, спикерский, саммитовский, праймеризный, парламентарный, памфлетный, локаутный* и т. д. Существительные, обозначающие должностных лиц или специалистов в политической сфере, могут мотивировать абстрактные существительные при помощи суффикса *-ств(о)* со значением положения или деятельности лица, называемого производящим именем существительным: *лидерство, спикерство, имиджмейкерство, спичрайтерство, коммунерство* и др. Изменяемые существительные, оканчивающиеся на согласный, также могут мотивировать глаголы с суффиксами *-ствова-(ть), -ова-(ть), -ирова-(ть), -и-(ть)*: *лидерствовать, спикерствовать, брифинговать, митинговать, импичментовать, бойкотировать, инаугурировать, локаутировать, индоктринировать, пиарить, брекзитить, фриганить* и др.

К англицизмам политической тематики с низким словообразовательным потенциалом относятся:

1) частично освоенные существительные в грамматическом аспекте: *баро* (от англ. *borough*, нескл.), *контрас* (от англ. *contras*, нескл.), *секьюрити* (от англ. *security*, нескл.), *электобилити* (англ. *electobility*, нескл.), *барнбюрнеры* (от англ. *barnburners*, функционирующее только в форме мн. ч.) и др. Однако существуют исключения. Например, благодаря высокой частотности употребления и актуальности, от несклоняемого существительного *лобби* возможно образование следующих производных: *лоббизм, лоббист, лоббировать, лобби-бар*. Кроме того, можно образовать сложное существительное путём соединения некоторых несклоняемых существительных и других слов: *антифа-движение, секьюрити-агентство, виги-демо-*

краты и др. См.: В протестах поучаствовали также представители движения *Reichsbürger* (Граждане Рейха). Им противостояла полиция, а также **антифа-движение**, участники которого вышли на контрдемонстрацию (Газета.Ru 24.10.2021);

2) экзотизмы: *уайтуотер* (англ. *Whitewater*), *ирангейт* (англ. *Irangate*), *гомруль* (англ. *Home Rule*), *контрас* (англ. *contras*), *уэпентейк* (англ. *wapentake*) и др. При этом нужно отметить, что экзотизмы могут увеличить свой словообразовательный потенциал, когда они обозначают и политические реалии в России. Например, англицизм *хардлайнер* обозначал «политического деятеля, сторонника жёсткого курса, противника компромиссов (первонач. в США)» [9, с. 119]. В настоящее время оно потеряло экзотическое значение и может образовать производные: *хардлайнерский, хардлайнерство, хардлайнерша* и др.;

3) аббревиатуры с низкой частотностью употребления: *ИСАФ* (англ. *ISAF*), *ККК* (англ. *KKK*), *СИС* (англ. *SIS*), *ЮКИП* (англ. *UKIP*), *ЭЙПАК* (англ. *AIPAC*) и др. Вместо них в российском политическом дискурсе часто используются английские аббревиатуры с объяснением. См.: Достаточно сказать, что в 1909 году была создана *SIS* – *М16*, как её сейчас называют, английская разведка¹;

4) стилистически окрашенные англицизмы. К ним в основном относятся англицизмы разговорного стиля, имеющие негативные оттенки: *Гейропа* (англ. *Gayrope*), *дайхардовцы* (англ. *die-hard*), *джинго* (англ. *jingo*), *скеб/скэб* (англ. *scab*), и политические жаргонизмы: *брейн-трас* (англ. *brain trust*), *креал* (англ. *creacle*), *лейм-дак* (англ. *lame duck*) и др.;

5) историзмы и устаревшие слова: *беквудсмен* (от англ. *backwoodsman*, уст.), *нивеллеры* (от англ. *nivellers*, уст.), *оранжист* (от англ. *orangeman*, уст.), *чартист* (от англ. *chartist*, уст.), *гастингс* (от англ. *hustings*, устар.), *Коллоргейт* (от англ. *Collorgate*, устар.), *локофокос* (от англ. *locofocos*, устар.). Их словообразовательный потенциал ограничен в основном в связи с

¹ Национальный корпус русского языка. URL: www.ruscorpora.ru/new/search-main.html (дата обращения: 10.01.2022).

низкой актуальностью ими называемых лиц или понятий;

б) некоторые сложные существительные, заимствованные из устойчивого словосочетания в английском языке: *гоу-ин* (англ. *go in*), *дип-стейт* (англ. *deep state*), *дроп-ин* (англ. *drop in*), *мэйдн-спич* (англ. *maiden speech*), *некст-стоп* (англ. *Next Stop*) и др. Их низкий словообразовательный потенциал обусловлен низкой частотой употребления, неудобопроизносимым фонетическим обликом, низкой степенью грамматической освоенности и др.

Словообразовательный потенциал англицизмов в политической лексике может реализоваться в определённое время. Например, от англицизма *пиар* образуются следующие слова разных частей речи: *пиарный*, *пиаровский*, *пиарить*, *пиарщик*, *пиарищица* и др. Вместе с тем их словообразовательный потенциал может оставаться нереализованным в течение долгого времени. Например, англицизм *праймериз* обладает большим словообразовательным потенциалом благодаря большой актуальности называемого им понятия. Но пока образуется только производное прилагательное *праймеризный*. От слова с высокой частотой употребления *инаугурировать* образуется только отглагольное существительное *инаугурирование*.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Обобщая вышесказанное, мы пришли к следующим выводам.

1. Словообразовательный потенциал «политических» англицизмов зависит от языковых и неязыковых факторов. К языковым факторам относятся семантика производящего англицизма, типичные лексико-синтаксические связи, степень грамматической освоенности, фонетический облик, частеречная принадлежность, стилистическая характеристика, широта сочетаемости и др. К экстралингвистическим факторам относятся частотность употребления и степень актуальности обозначаемого понятия или предмета англицизмом.

2. Под влиянием данных факторов словообразовательный потенциал англицизмов в политической лексике может быть высоким и низким. Большим словообразовательным потенциалом обладают склоняемые существительные, оканчивающиеся на согласный. Низким словообразовательным потенциалом обладают: 1) частично грамматически освоенные слова; 2) экзотизмы; 3) аббревиатуры с низкой степенью употребления; 4) стилистически окрашенные слова; 5) историзмы и устаревшие слова; 6) сложные существительные, восходящие к английскому устойчивому словосочетанию.

Список источников

1. Есмаел С.А. Актуальная политическая лексика и фразеология русского языка новейшего периода и её представление в учебном двуязычном словаре: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Воронеж, 2008. 24 с.
2. Дьяков А.И. Словообразовательный потенциал и словообразовательная активность англицизмов в русском языке // Вестник науки Сибири. 2012. № 4 (5). С. 252-256.
3. Волкова Н.В. Словообразовательный потенциал слова: продуктивность и активность // Восточнославянская филология. Языкознание. 2015. № 1 (27). С. 81-90.
4. Гвечкарёва Я.В. О деривационном потенциале слова как языковой категории // Вестник Томского государственного университета. 2007. № 300-3. С. 15-16.
5. Тимошина Д.В. Деривационный потенциал слов с этимологическим корнем *sʏrd- в русском языке XX–XXI вв. (на примере слов с корнями -серд-, -сердеч-, -сердц-, -усерд-) // Творческий аспект в языке и тексте. Самара: Würzburg, 2021. С. 144-154.
6. Земская Е.А. Словообразование // Современный русский язык / под ред. В.А. Белошапковой. М.: Высш. шк., 1989. 800 с.
7. Суханова И.Ю. Словообразовательные гнезда с вершиной – иноязычным словом (на материале русской лексики рубежа XX–XXI вв.): автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2005. 24 с.
8. Дьяков А.И. Деривационная интеграция англицизмов в русском языке конца 90-х годов XX века в функциональном аспекте: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Барнаул, 2001. 23 с.

9. Комлев Н.Г. Словарь новых иностранных слов (с переводом, этимологией и толкованием). М.: Изд-во МГУ, 1995. 144 с.

References

1. Esmayeyel S.A. *Aktual'naya politicheskaya leksika i frazeologiya russkogo yazyka noveyshego perioda i eyo predstavleniye v uchebno dvuyazychnom slovare: avtoref. dis. ... kand. filol. nauk* [Current Political Vocabulary and Phraseology of the Russian Language of the Present Period and its Representation in the Educational Bilingual Dictionary. Cand. philol. sci. diss. abstr.]. Voronezh, 2008, 24 p. (In Russian).
2. Dyakov A.I. Slovoobrazovatel'nyy potentsial i slovoobrazovatel'naya aktivnost' anglitsizmov v russkom yazyke [Word-formation potential and word-formation activity of anglicisms in Russian]. *Vestnik nauki Sibiri* [Bulletin of Science of Siberia], 2012, no. 4 (5), pp. 252-256. (In Russian).
3. Volkova N.V. Slovoobrazovatel'nyy potentsial slova: produktivnost' i aktivnost' [Word-formation potential of a word: productivity and activity]. *Vostochnoslavianskaya filologiya. Yazykoznanie* [East Slavic Philology. Linguistics], 2015, no. 1 (27), pp. 81-90. (In Russian).
4. Svechkaryova Y.V. O derivatsionnom potentsiale slova kak yazykovoy kategorii [About the word derivational potential as a linguistic category]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta – Tomsk State University Journal*, 2007, no. 300-3, pp. 15-16. (In Russian).
5. Timoshina D.V. Derivatsionnyy potentsial slov s etimologicheskim kornem *s'rd- v russkom yazyke XX–XXI vv. (na primere slov s kornyami -serd-, -serdech-, -serdts-, -userd-) [Derivational potential of words with the etymological root *s'rd- in Russian in XX–XXI centuries. (By the example of words with roots -serd-, -serdech-, -serdts-, -userd-)]. *Tvorcheskiy aspekt v yazyke i tekste* [Creative Aspect in Language and Text]. Samara, Würzburg, 2021, pp. 144-154. (In Russian).
6. Zemskaya E.A. Slovoobrazovaniye [Word-formation]. *Sovremennyy russkiy yazyk* [Modern Russian Language]. Moscow, Vysshaya shkola Publ., 1989, 800 p. (In Russian).
7. Sukhanova I.Y. *Slovoobrazovatel'nyye gnyozda s vershinoy – inoyazychnym slovom (na materiale russkoy leksiki rubezha XX–XXI vv.): avtoref. dis. ... kand. filol. nauk* [Word-Formation Nests with a Foreign Word as a Vertex (on the Material of Russian Vocabulary of the Turn of 20th–21st Centuries). Cand. philol. sci. diss. abstr.]. Moscow, 2005, 24 p. (In Russian).
8. Dyakov A.I. *Derivatsionnaya integratsiya anglitsizmov v russkom yazyke kontsa 90-kh godov XX veka v funktsional'nom aspekte: avtoref. dis. ... kand. filol. nauk* [Functional Aspect of Derivational Integration of Anglicisms in the Russian Language in the Late 90's of the 20th Century. Cand. philol. sci. diss. abstr.]. Barnaul, 2001, 23 p. (In Russian).
9. Komlev N.G. *Slovar' novykh inostrannykh slov (s perevodom, etimologiyey i tolkovaniyem)* [Dictionary of New Foreign Words (with Translation, Etymology and Interpretation)]. Moscow, Moscow State University Publ., 1995, 144 p. (In Russian).

Информация об авторе

Чжао Юйцянь, аспирант (45.06.01 Языкознание и литературоведение), кафедра русского языка, Московский педагогический государственный университет, г. Москва, Российская Федерация, ORCID: [0000-0002-0966-2284](https://orcid.org/0000-0002-0966-2284), u_chzhao11@student.mpgu.edu

Вклад в статью: концепция исследования, анализ словарей для подготовки материала статьи, написание текста статьи.

Статья поступила в редакцию 19.02.2022
Одобрена после рецензирования и доработки 14.04.2022
Принята к публикации 21.04.2022

Information about the author

Yuqian Zhao, Post-Graduate Student (45.06.01 Linguistics and Literature), Russian Language Department, Moscow Pedagogical State University, Moscow, Russian Federation, ORCID: [0000-0002-0966-2284](https://orcid.org/0000-0002-0966-2284), u_chzhao11@student.mpgu.edu

Contribution: the concept of the study, the analysis of dictionaries for the preparation of the article material, manuscript text drafting.

The article was submitted 19.02.2022
Approved after reviewing and revision 14.04.2022
Accepted for publication 21.04.2022

Неофилология

Neofilologiya = Neophilology

ISSN 2587-6953 (Print)

<http://journals.tsutmb.ru/neophilology/>

ISSN 2782-5868 (Online)

Перечень ВАК, РИНЦ, DOAJ, Ulrich's Periodicals Directory, EBSCO, ResearchBib, CrossRef, НЭБ «eLIBRARY.RU», ЭБ «КиберЛенинка»

НАУЧНАЯ СТАТЬЯ

УДК 81'42

DOI 10.20310/2587-6953-2022-8-2-261-275

Сравнительный текстовый анализ новогодних обращений глав Российской Федерации и Китайской Народной Республики в аспекте лингвокультурологии

Лю ЮЭЛИНЬ ✉, Чжан ЛИВЭЙ

Шанхайский университет иностранных языков

201620, Китайская Народная Республика, г. Шанхай, ул. Вэньсян, 1550

✉ 747176917@qq.com

Аннотация. На основе теории текста в контексте лингвокультурологии проанализированы полные тексты новогодних обращений глав государств России и Китая за 2013–2022 гг. в планах содержания и выражения, организованы и обобщены высокочастотные слова с помощью программы antconc и SEO для создания карт облака слов, которые визуально представляют содержание исследования и помогают в анализе структуры текста. Доказано, что новогодние обращения В.В. Путина и Си Цзиньпина имеют сходство и различия. Новогодние обращения глав двух стран имеют стабильную структурную основу. Содержание новогодних обращений состоит из двух частей: первая – это выражение пожеланий на Новый год, а вторая – краткое подведение итогов работы за прошедший год, постановка планов и целей на следующий год. Темы новогодних обращений продолжают и меняются в зависимости от различных политических, экономических и современных контекстов. В темы текста встроена идеология. Новогодние обращения В.В. Путина отражают национальную культуру России. В них используются риторические средства, такие как риторическая модификация, метафора, градация и риторическое восклицание. А также используется интертекстуальность в выражении идеологии, чтобы выразить эмоциональный резонанс и укрепить идентичность с Родиной. В новогодних обращениях Си Цзиньпина культурная тематика год от года усиливается, широко используются такие риторические приёмы, как цитата, сравнение и параллелизм, что имеет эффект широкого распространения.

Ключевые слова: новогоднее обращение, текстовый анализ, лингвокультурология, В.В. Путин, Си Цзиньпин

Благодарности: Статья выполняется в рамках китайского национального гранта по социальным наукам № 18BY058 «大国博弈视角下的中亚语言竞争与语言规划研究» (Языковая конкуренция и языковое планирование в Центральной Азии в контексте «Игры ведущих стран») и ключевого гранта Шанхайского университета иностранных языков № 2017114001 «世界一流大学学科建设战略比较研究» (Сравнительные исследования программ развития учебных дисциплин ведущих университетов мира).

Для цитирования: Юэлинь Лю, Ливэй Чжан. Сравнительный текстовый анализ новогодних обращений глав Российской Федерации и Китайской Народной Республики в аспекте лингвокультурологии // Неофилология. 2022. Т. 8, № 2. С. 261-275. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2022-8-2-261-275>



Материалы статьи доступны по лицензии [Creative Commons Attribution \(«Атрибуция»\) 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) Всемирная



Comparative textual analysis of New Year's speeches of the heads of the Russian Federation and the People's Republic of China in linguistic and cultural aspects

Liu YUELIN ✉, Zhang LIWEI

Shanghai International Studies University
1550 Wenxiang St., Shanghai 201620, People's Republic of China
✉ 747176917@qq.com

Abstract. Based on the text theory in the context of linguocultural studies the full text of New Year's speeches of Russian and Chinese heads of state in 2013–2022 in terms of content and expression were analyzed, high-frequency words were organized and summarized using AntConc and SEO software to create word cloud maps, which visually represent the research content and help in analyzing the text structure. It is proven that the New Year's speeches of V.V. Putin and Xi Jinping have similarities and differences. The New Year's speeches of the heads of the two countries have a stable structural basis. The content of New Year's speeches consists of two parts: the first is an expression of wishes for the New Year, and the second is a brief summary of the work of the past year, setting plans and goals for the next year. The themes of the New Year's speeches continue and change according to different political, economic and contemporary contexts. Ideology is built into the themes of the text. V.V. Putin's New Year's speeches reflect the national culture of Russia. He uses rhetorical means such as rhetorical modification, metaphor, gradation, and rhetorical exclamation. He also uses intertextuality in expressing ideology in order to express emotional resonance and to elicit an identity with the motherland. In Xi Jinping's New Year's speeches, cultural themes are reinforced year by year and rhetorical techniques such as quotation, comparison and parallelism are widely used, which has the genetic effect of spreading widely.

Keywords: New Year's speech, textual analysis, linguoculturology, V.V. Putin, Xi Jinping

Acknowledgements: This work is supported by the Chinese National Social Science Grant no. 18BYY058 «大国博弈视角下的中亚语言竞争与语言规划研究» (Language competition and language planning in Central Asia in the context of the "Game of the leading countries") and key grant of Shanghai International Studies University no. 2017114001 «世界一流大学学科建设战略比较研究» (Comparative studies of academic disciplines development programs of the world's leading universities).

For citation: Yuelin Liu, Liwei Zhang. Sravnitel'nyy tekstovyy analiz novogodnikh obrashcheniy glav Rossiyskoy Federatsii i Kitayskoy Narodnoy Respubliki v aspekte lingvokul'turologii [Comparative textual analysis of New Year's speeches of the heads of the Russian Federation and the People's Republic of China in linguistic and cultural aspects]. *Neofilologiya – Neophilology*, 2022, vol. 8, no. 2, pp. 261-275. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2022-8-2-261-275> (In Russian, Abstr. in Engl.)



This article is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



ВВЕДЕНИЕ

Новогоднее обращение – это послание добрых пожеланий родным и близким по случаю Нового года. Начиная с 2014 г. председатель КНР Си Цзиньпин девять лет под-

ряд поздравляет с Новым годом. С одной стороны, поздравление представляет собою праздничное благословение, передаёт существующие ценности и демонстрирует обаятельную силу лидеров; с другой стороны, оно показывает миру текущую ситуацию

развития Китая и политическую позицию руководства, а также верно отображает имидж Китая и рассказывает историю Китая внешнему миру.

В новую эпоху то, как политический текст выражается и распространяется, чтобы расширить своё влияние внутри страны и за рубежом, укрепить свою мощь, является важным стратегическим вопросом для продвижения национального развития. Политическая лингвистика, новая для России наука, является одним из наиболее перспективных научных направлений [1, с. 6; 2, с. 6]. В лингвистической литературе политический дискурс – это понятие многоплановое, которое рассматривается многоаспектно [3; 4, с. 31-32; 5, с. 227-230]. В.В. Виноградов отметил, что прежде всего важно то, в какой мере языковые факты могут быть признаны совпадающими с фактами живого языка соответствующей эпохи или среды [6, с. 36-37]. Текстовый анализ является неотъемлемой частью в области лингвистических исследований. Тестовый анализ не только показывает особенности текста на лексическом уровне, но и отражает определённые культурные факторы. По мнению В.А. Масловой, текст является истинным стыком лингвистики и культурологии. Текст культуры становится предметом особенно исследования с точки зрения «общечеловеческих ценностей» [7, с. 32].

В настоящее время учёные изучают новогодние обращения в основном с точки зрения лингвистического политического дискурса. Исследование Т.Н. Лобановой показало, что новогодние обращения имеют фиксированную структуру. На основе сравнительного текстового анализа новогоднего обращения бывшего лидера КНР Ху Цзиньтао 2013 г. и новогоднего обращения нынешнего лидера Си Цзиньпина 2015 г. исследователь подчёркивает важную роль новогодних обращений китайских лидеров в области ритуала, представления государства и идеологии [8]. Китайский учёный Дин Су Пин исследовал структуру и функции дискурса новогодних обращений китайских лидеров. Большинство учёных изучают политический дискурс с точки зрения метафорического и критического анализа в области когнитивной лингвистики. Лишь немногие анализируют

политический текст с лингвокультурологической точки зрения.

Лингвокультурология – одна из важнейших областей исследования, в которой соединяются лингвистика и культура. Она является одним из важных направлений, представляющих сегодня интерес в области лингвистики. Новогодние обращения Владимира Владимировича Путина и Си Цзиньпина имеют ярко выраженный политический тон, а также представляют образ двух государств и национальных характеров. Сравнительный текстовый анализ новогодних обращений лидеров двух стран представляет большую ценность для политических партий с точки зрения эффективного использования языковых стратегий для достижения своих политических целей.

ТЕКСТОВЫЙ АНАЛИЗ НОВОГОДНИХ ОБРАЩЕНИЙ ВЛАДИМИРА ВЛАДИМИРОВИЧА ПУТИНА ЗА 2013–2022 ГГ.

В данной части анализируются новогодние обращения к гражданам России за 2013–2022 гг., опубликованные на официальном сайте Президента Российской Федерации. Выступления с новогодними обращениями В.В. Путина как Президента РФ являются политическим актом, и их содержание отражает внутривнутриполитическую ситуацию и внешнюю политическую обстановку, разъясняет перспективы страны в доступной для понимания форме и в соответствии с праздничной атмосферой Нового года. Новогоднее обращение – это словесное выражение политического поведения, в доступной форме разъясняющее положение дел и перспективы, соответствующее новогодней праздничной атмосфере.

Текстовый анализ новогодних обращений В.В. Путина делится на две части: план выражения и план содержания [9, с. 143-144]. Анализируются основная структура текста, высокочастотные слова, риторические особенности, темы текста в денотативном и сигнификативном пространствах тем и интертекстуальность текста. В данной части всесторонне представляются лингвистическое и культурное значение новогодних обращений В.В. Путина.

1. Анализ в плане выражения

1) Основная структура текста. По мнению российского учёного В.А. Масловой, коллективное знание задаёт ориентиры, в соответствии с которыми автор придаёт тексту определённую структуру, отвечающую принятым культурой требованиям к языку, ценностям, стереотипам, оценкам [7, с. 77]. Любой политик доносит свою точку зрения до как можно более широкой аудитории, пытаясь доказать, что его взгляд на социальные вопросы отвечает потребностям реальности, и заставить аудиторию понять текущую ситуацию [10, с. 17-18]. Для этого политик, особенно глава государства, должен сочетать в своей речи общие национальные проблемы с личными проблемами каждого человека, чтобы его слова нашли отклик в сознании большинства людей. Новогодний стиль речи подходит к убеждению аудитории, поскольку в традиционный праздничный период, особенно на Рождество и Новый год, обращение лидера будет воспринято в позитивном ключе. Поэтому оратору необходимо учитывать психологическое состояние аудитории и сочетать соотношение разума и эмоций в тексте с реальностью ситуации, чтобы оправдать ожидания аудитории.

Содержание новогодних обращений состоит из двух частей: первая – это выражение пожеланий на Новый год, а вторая – краткое подведение итогов работы за прошедший год, постановка планов и целей на следующий год. Новогодние обращения президента В.В. Путина с 2013 по 2022 г. отличаются по этим двум аспектам, что также обусловило существенные различия в длине текстов. По статистике, количество слов, содержащихся в новогодних обращениях В.В. Путина в 2013 и 2015–2020 гг., составляет около 300. Однако в 2014, 2021, 2022 гг. количество слов в новогодних обращениях президента В.В. Путина достигло 504, 616 и 701, что почти в два раза больше, чем раньше. В целом, новогодние обращения В.В. Путина за 2013–2022 гг. короче других политических текстов и по форме ближе к праздничному тосту. В России, согласно православному календарю, Рождество традиционно отмечается 7 января, а Новый год – 14 января. Новый год, который приходится на 1 января,

является праздником по григорианскому календарю и менее религиозен и традиционен, чем праздники по российскому православному календарю.

В рамках изучения политического текста особое внимание исследователи уделяют изучению и анализу структуры новогодних обращений [11, с. 19; 12]. Структура новогодних обращений В.В. Путина делится на три части: во-первых, фиксированное содержание (приветствие и фиксированные фразы), во-вторых, поздравительная часть (поводы для поздравлений и сами поздравления), в-третьих, излагаемая часть (достижения страны и её народа).

Первая и вторая части составляют большую часть текста. Примечательно, что в последние годы обращение к аудитории В.В. Путина постепенно становится более формальным: от *Дорогие друзья!* до *Уважаемые граждане России! Дорогие друзья!* С одной стороны, это усиливает формальность текста, а с другой стороны, такое обращение создаёт авторитетный и привлекательный имидж В.В. Путина.

Третья часть текста посвящена планам и перспективам на предстоящий год. Образ будущего имеет перлокутивный эффект, оказывает воздействие на чувства, мысли или действия аудитории, говорящего или других лиц [13, с. 88]. Прямые и косвенные маркёры указывают на год и темы текста. К прямым маркёрам относятся годы, такие как числовое обозначение 2020, и косвенные маркёры *75-летие Великой Победы, в наступающем, третьем десятилетии XXI века* и др. Текст новогодних обращений В.В. Путина содержит мало конкретики о прошедшем годе, но более общее выражение эмоций, которое вызывают у людей самые сокровенные чувства. Например, *уходящий год вместил в себя груз нескольких лет, хочу пожелать, чтобы трудности уходящего года поскорее канули в Лету* и т. д.

2) Анализ высокочастотных слов. Российский учёный В.И. Заика утверждает, что язык, используемый в дискурсе, может свидетельствовать о культуре и истории людей, которые на нем говорят [14, с. 131]. Лингвокультурология фокусируется на культурных аспектах текста. Автор использовал программы antconc и SEO для анализа высо-

кочастотных слов новогодних обращений (рис. 1) и создания карты облака слов (рис. 2), чтобы доказать связь между текстами новогодних обращений В.В. Путина и русской национальной культурой на лексическом уровне.

Очевидно, что *мы* – наиболее часто упоминаемое слово в новогодних обращениях, частота которого достигает более 4 % в 2016 и 2019 гг. В 2020 г. слова и словосочетания *успешно развиваться*, *граждане России* и *поколение* часто встречаются. Слова *граждане России* и *поколение* также часто попадают в список, демонстрируют позитивный, жизне-

радостный настрой. В 2013 г. *смочь* был самым частым из глаголов. На протяжении всех десяти текстов слова *Россия*, *дети*, *друг* – часто употребляемые существительные.

Десять текстов новогодних обращений за 2013–2022 гг. были импортированы в программы, в результате чего была получена карта облака слов (рис. 1). Слова *мы*, *все*, *граждане России* – наиболее часто три упоминаемых слова в тексте. Эти три термина – коллективное имя существительное, обозначающее группу людей. Неоднократное обращение Президента к народу подчёркивает важность народа.

Частота	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
более 3%	мы	мы		мы	мы	мы	мы	мы		
1-3%	Россия	Россия	Россия	праздник	Россия	друзья	друзья	друзья	друзья	мы
	друзья	друзья	друзья	друзья	общий	наша великая Россия	граждан России	наша Родина	дружба и доверие между нами	друг
	дети	намечено восстановить и построить	свой	все	все	все	все	успешно развиваться	все	каждый
	смочь	Дальний Восток	для детей	здоровье родителей	забота	каждый	наша Родина	поколение	люди	наш
	наш	наш	новый	наш	работа	наш	новогоднее волшебство	наш	наш	свой

Рис. 1. Высокочастотные слова новогодних обращений за 2013–2022 гг.

Fig. 1. High-frequency words in New Year's speeches for 2013–2022.

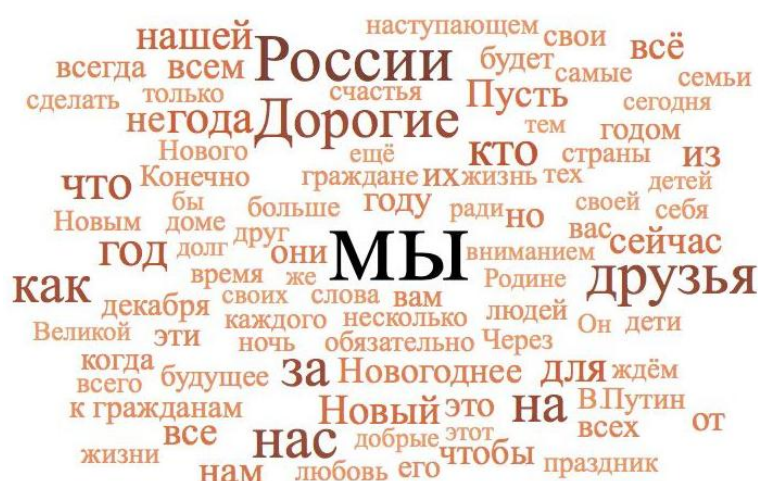


Рис. 2. Карта облака слов текста новогодних обращений В.В. Путина за 2013–2022 гг.

Fig. 2. A word cloud map of V.V. Putin's New Year speeches for 2013–2022.

Формирование идентичности также является очень важным фактором новогодних обращений. *Россия, страна и граждане* неоднократно призывают граждан идентифицировать себя со страной, вызывают сильное чувство патриотизма и демонстрируют развитие Родины.

В новогоднем обращении Путина в 2013 г. высокочастотное слово *смочь* было использовано в качестве модального глагола, чтобы показать аудитории светлое будущее страны. Слова *пусть* и *хотеть*, с одной стороны, выражают пожелание воссоединения семьи, счастья и процветания страны в Новом году. С другой – показывают серьёзность и необходимость конкретных пожеланий и требований президента В.В. Путина в области экономики, безопасности и образования. В своем новогоднем обращении В.В. Путин использовал эмоциональную функцию текста, редко употреблял *должен* или *следует*, а в форме пожеланий предпочел глаголы *желать*, *ждать* и *хотеть*. Это является лингвистическим искусством высокого уровня.

Указательное местоимение *это* обозначает суть актуального вопроса. Для мужчин более характерна эксплицитность лексическая [15, с. 600]. В новогоднем обращении 2014 г. В.В. Путин отметил, что *это время, когда мы по-особенному осознаём, как мы все близки*. В новогоднем обращении 2015 г. В.В. Путин сказал, что *это событие навсегда останется важнейшей вехой в отечественной истории*. А в 2018 г. он подчеркнул, что Новый год – *это, прежде всего, семейный праздник*. В 2021 г. было отмечено, что *это дар человеческой жизни, это семья, <...> это наши дети <...> это наши друзья и коллеги*.

По сравнению с прошлыми выступлениями, новогодние обращения последних лет значительно изменились. Например, в обращениях 2019 и 2020 гг. присутствовало слово *вошебство*, отражающее надежду на спасение в тяжёлой политической и экономической ситуации в мире. Неоднократное использование слов *наша Родина, наша великая Россия, дружба и доверие между нами* придаёт тексту эмоциональный заряд, подчёркивает национальную сплочённость и коллективизм.

Слово *семья* также несколько раз упоминается в новогоднем обращении. Президент подчёркивает значение «родных» и «близких» для каждого человека, и в том числе для Президента, который включается в круг тех, кто ставит семейные ценности на первое место [3, с. 15]. Традиционно считается, что государство представляет собой большую семью, которую необходимо защищать. В 2019 г. президент В.В. Путин говорил о том, что *помощников у нас никогда не было и не будет, мы торопились завершить неотложные дела, уточняли планы на будущее, нам важно быть сплочённой, единой, сильной командой*. В новогоднем обращении 2019 г. подчёркнуты солидарность, коллективизм и чувство общественной ответственности, что тесно связано с психологией россиян и с влиянием экономических потрясений и политических разногласий в стране.

3) Риторические особенности. Новогодние обращения В.В. Путина носят риторический характер. Риторика – это изучение ораторского искусства, метод построения выразительной речи в сфере речевой деятельности [16, с. 4]. В своей книге «Политическая риторика» Г.Г. Хазагеров подчёркивает, что риторика является наукой воздействовать на людей с помощью языка. Её изучение сосредоточено на способах убеждения [17, с. 15]. Поэтому текст новогоднего обращения также приобретает риторический характер.

В новогодних обращениях В.В. Путина использовались риторические приёмы, такие как риторическая модификация и метафора. Риторическая модификация представлена словами и словосочетаниями *великий пример, мощное, вдохновляющее чувство, тёплые слова*. Метафора – *всегда на посту, наша опора*.

Кроме того, ещё одной особенностью новогоднего обращения В.В. Путина является использование градации и риторического восклицания. Риторическая фигура – это особый риторический приём, придающий тексту выразительность и описательность [15, с. 62]. Например, *днём и ночью, в будние дни и в праздники, наша история, опыт отцов и дедов, помогали и будут помогать, Уважаемые граждане России! Дорогие друзья! С праздником вас! Давайте произнесём*

тост за процветание и благополучие России! Все эти риторические приёмы усиливают выразительность, подчёркивают чувство радости, надежду и волнение в обращениях.

2. Анализ в плане содержания

1) Темы текста в денотативном и сигнификативном пространствах. Выбор темы текста определяется установками, стандартами и ценностями, связанными с культурой эпохи. Денотация текста содержит конкретный культурно-исторический контекст, а сигнификат текста отражает специфику интерпретации положения дел в данное время [12]. За последние 20 лет новогодние обращения уже стали в России традицией празднования Нового года. Согласно статистике компании Mediascope, более 40 % граждан России старше четырёх лет ежегодно смотрят новогоднее обращение президента. 31 декабря 2019 г. новогоднее обращение Владимира Владимировича Путина посмотрели около 44 % граждан старше четырёх лет. Статистика показывает, что всё больше граждан России смотрят новогодние обращения президента, это также отражает тот факт, что темы новогодних обращений Путина соответствуют потребностям эпохи и народа. Эти темы можно описать как области реконструкции опыта реальности [10, с. 178]. Новогодние обращения Путина содержат исторические и культурные традиции, созвучны общечеловеческим ценностям, играют особую роль в процессе коммуникации между властью и народом.

Новогоднее обращение Путина 2013 г. было искренним и эмоциональным, с сильным акцентом на благополучие и благодарность. Имидж В.В. Путина также изменился с лидера на того, кто больше из народа и ближе к народу. Российские учёные отмечают, что *камера показывает не крепкое тело и суровый вид, а понятный опыт народа, который дорог всем россиянам* [18, с. 43-50].

В 2014 г. тема новогоднего обращения была расширена в связи с террористическими актами в Волгограде и стихийным бедствием в Хабаровске. Президент В.В. Путин выступил в Хабаровске, выразив свою поддержку народу. В 2015 г., в связи с возвращением Крыма и успехом Олимпиады в Со-

чи, содержание новогоднего обращения В.В. Путина было продолжено. Он подчеркнул единство российской нации и то, что *любовь к Родине – одно из самых сильных и вдохновляющих чувств*.

В новогоднем обращении 2016 г. сочетались традиционные и национальные темы. В контексте 70-летия Победы в Великой Отечественной войне В.В. Путин направил особые пожелания военнослужащим.

В период с 2017 по 2022 г. В.В. Путин всё чаще использует эмоциональные темы, особенно в контексте коронавирусной эпидемии 2021 г. Президент России размышлял вместе с народом о страданиях прошедшего года, передавая слова благодарности, тепла и надежды на благополучие: *А сейчас мы с волнением и надеждой ждём наступления Нового года, видим восторженные глаза малышей... что вот оно, новогоднее волшебство*. В новогоднем обращении продолжена тема солидарности, причём слово *семья* было очень частотным: *давняя, добрая традиция встречать Новый год в кругу семьи*.

Анализ показывает, что предыдущие новогодние обращения являются структурированными и систематизированными. В зависимости от политического, экономического контекстов темы меняются. Российский политический дискурс может быть осмыслен только в своих разнообразных связях с этими двумя макросемиотиками – с историей страны, историей русской/советской общественной мысли и историей словесного искусства [19, с. 45]. Новогодние пожелания, призывы и благодарности – обязательные темы новогодних обращений, в то время как память о погибших в катастрофах и авариях, воспоминания об исторических юбилеях и дань уважения тем, кто внёс вклад в развитие нации, также являются распространёнными вариантами. Новогодние обращения – это не только констатация значимости переживаний в прошлом, но и сближение с аудиторией, поддержание социальных отношений.

2) Интертекстуальность. Культурная специфика содержания текста отражается в многочисленных интертекстуальных связях. Интертекстуальные связи объективируют особенности парадигмы эпохи и воспроизводят общий текст [20]. На интертекстуальном уровне новогодние обращения В.В. Путина

по стилю схожи с текстами Послания Президента Федеральному Собранию, поскольку по содержанию новогодние обращения являются дополнительным комментарием к ним. В политическом тексте сочетание описания прошлого и будущего служит для того, чтобы подчеркнуть преемственность развития внутренней и внешней политики страны.

В Послании Президента Федеральному Собранию 2019 г. президент В.В. Путин не раз говорил о важности внутренней политики, ориентированной на *прорыв* и *рывок*, а в новогоднем обращении 2019 г. он риторически призвал граждан России перестать *ждать везения и удачи*, подчеркнув, что *помощников у нас никогда не было и не будет, можно лишь собственными усилиями, общей слаженной работой, шаг за шагом добиваться повышения благосостояния и качества жизни*.

Кроме того, в Послании Президента Федеральному Собранию и в новогоднем обращении ключевые идеи, касающиеся идеологии государства, выражаются в простых предложениях и подчёркиваются повторяющимися предикатными глаголами. Например, в 2020 г. он говорил: *«Мы должны это сделать и сделаем это»*.

Текст новогоднего обращения В.В. Путина использует интертекстуальный подход к идеологическому выражению. В определённой степени новогоднее обращение В.В. Путина можно рассматривать как отдельный политический документ, соответствующий Посланию Президента Федеральному Собранию, представляющий в простой форме основные направления развития страны и осмысление общественно-политической ситуации.

ТЕКСТОВЫЙ АНАЛИЗ НОВОГОДНИХ ОБРАЩЕНИЙ СИ ЦЗИНЬПИНА ЗА 2014–2022 ГГ.

В прошлом новогодние обращения китайских лидеров транслировались только на зарубежную аудиторию, чтобы информировать зарубежных китайцев, китайских друзей и международное сообщество о внутренней политике и ситуации в Китае, а также передать им добрые пожелания на Новый год. Ю.М. Лотман сказал, что взаимоотношения текста и аудитории характеризуются взаим-

ной активностью: текст стремится уподобить аудиторию себе, навязать ей свою систему кодов, аудитория отвечает ему тем же [21, с. 203]. Сегодня новогоднее обращение – это не только обращение к народу страны, подведение итогов работы за предыдущий год и план на текущий год, но и политическое выступление перед международным сообществом.

1. Анализ в плане выражения

1) Основная структура текста. Новогодние обращения за 2015–2022 гг. уже структурированы и систематизированы. В 2014 г. каждый абзац новогоднего обращения в основном выражал одну концептуальную функцию. Содержание концептуальной функции – это в основном обзор предыдущего года и перспективы на новый год. Конкретные темы включают экономическое развитие, реформы, борьбу с коррупцией, науку и технику, спорт, образование, здравоохранение, охрану окружающей среды, занятость, жилье и т. д. В новогодних обращениях после 2015 г. в одном абзаце может сочетаться обзор предыдущего года и перспективы на будущее, причём временное измерение перспектив может включать не только новый год, но и более длительный период времени в будущем. По сравнению с новогодним обращением 2014 г., темы сегодняшних новогодних поздравлений гораздо разнообразнее.

В новогодних обращениях 2014–2022 гг. текстовая функция «мобилизовать» увеличивается, в то время как функция «просить», обозначенная словом *мы*, также часто появляется. В последние годы новогодние обращения пользуются популярностью в Интернете благодаря разговорным выражениям, таким как *для успешной реализации рабочих планов, нашим кадрам на всех уровнях пришлось сильно потрудиться* (各级干部也是蛮拼的). Эти слова были использованы для того, чтобы приблизить аудиторию и выразить своё одобрение.

2) Анализ высокочастотных слов. Для анализа высокочастотных слов новогодних поздравлений мы использовали программы antconc и SEO и создали карту облака слов (рис. 3).



Рис. 3. Карта облака слов текста новогодних обращений Си Цзиньпина 2014–2022 гг.

Fig. 3. Word cloud map of Xi Jinping's 2014–2022 New Year's speeches.

Показано, что среднее количество слов в полном тексте новогодних поздравлений с 2014 по 2018 г. составляет 250. А с 2019 по 2022 г. количество слов увеличилось до 1668 в среднем. Слово *народ* (人民) было самым часто упоминаемым словом в новогоднем обращении Си Цзиньпина, причём более 10 раз в каждом году, кроме 2014. В 2018 г. также часто перечислялись слова *новый* (新), *хороший* (好) и *развитие* (发展), показывающие позитивный настрой. *Реформа* (改革) была самым частым из существительных, а *Китай* (中国), *мир* (世界), *соотечественники* (同胞) и *общество* (社会) также являются часто употребляемыми существительными.

Среди 10 существительных четыре термина *народ* (人民), *китайцы* (中国人), *соотечественники* (同胞) и *массы* (群众) являются существительными, обозначающими группы людей, и частично совпадают по смыслу. Важность, придаваемая народным массам, подчёркивается неоднократными ссылками на массы. Это также подтверждается тем, что словосочетание *народное благосостояние* (民生) упоминается девять раз.

Мир (世界) также был важным высокочастотным словом и темой обсуждения в но-

вогоднем обращении. Новогоднее послание – это также политическое выступление перед международным сообществом. Таким образом, с помощью таких слов и словосочетаний, как *Пусть мир лучше узнает Китай* (让世界更好认识了中国), *Китай всегда будет открыт для мира* (中国将永远向世界敞开怀抱) и *на благо всех народов мира* (以造福世界各国人民), проясняется взаимосвязь между Китаем и миром.

По сравнению с прошлым, в новогодних обращениях последних лет особое внимание также уделяется использованию психологических глаголов. Например, говоря о стихийных бедствиях и инцидентах в сфере безопасности, председатель использовал слова и словосочетания *печаль* (悲伤), *память* (怀念) о погибших людях и *глубокое сожаление* (深感痛惜) о павших солдатах. Это естественный и сдержанный способ показать внутреннюю психологическую суть государственного лидера, изобразить персонажей из плоти и крови и создать разговорный стиль текста.

Кроме того, выражения *я хочу* (我要) и *мы хотим* (我们想要) часто появляются в новогодних посланиях с 2014 по 2022 г. *Мы* (我们) может быть основным руководством Комму-

нистической партии Китая, правительственными чиновниками всех уровней или широкой общественностью. Использование местоименного слова *мы* в новогоднем поздравлении сближает руководителей с чиновниками всех уровней и народом, укрепляет близость, усиливает чувство идентичности и объединяет позиции, что является проявлением народности.

3) Риторические особенности. В новогоднем обращении Си Цзиньпина часто используются метафоры. Например, *мы активно продвинули реформы вперёд, решили немало сложных вопросов* (我们锐意推进改革, 啃下了不少硬骨头). Трудности и препятствия, возникающие в процессе реформ, сравниваются с твёрдыми костями, что является ярким и образным способом показать усилия и сложности, которые партия и правительство приложили для преодоления трудностей, чтобы решительно продвигать реформу вперёд. Фраза *высоко поднимать меч справедливости в борьбе с коррупцией, укреплять доминирующую роль системы управления* (高举反腐的利剑, 扎牢制度的笼子) имеет яркий образный смысл. Метафора *Всестороннее углубление реформ, всестороннее строительство правового государства должны стать как два крыла птицы, как колёса телеги* (我们要让全面深化改革, 全面推进依法治国如鸟之两翼, 车之双轮) не только яркая, но и даёт лёгкую для понимания интерпретацию абстрактных понятий, которые первоначально было трудно понять, и точно и конкретно определяет и сортирует некоторые сложные отношения. Кроме того, выражения *время летит* (时光飞逝), *создание зелёной воды и зелёных гор в политике* (营造政治上的绿水青山) также делают вещи яркими и конкретными, создают у людей отчётливое и глубокое впечатление.

В своём новогоднем обращении 2015 г. Си Цзиньпин говорит о четырёх *мы должны*, используя эмоционально заряженную прозу, которая очень убедительна и усиливает динамику и выразительность текста.

Тексты новогодних обращений Си Цзиньпина часто включают цитаты из священных писаний, представляя образ лидера как человека начитанного и талантливого. В своём новогоднем обращении 2014 г. Си Цзиньпин, говоря о международных отношениях, посетовал: *Вселенная огромна, звёзды*

ярки (宇宙浩瀚, 星汉灿烂). Это было использовано для того, чтобы выразить, насколько малы по сравнению с ними семь миллиардов человек на одной планете в огромной Вселенной и насколько важнее заботиться друг о друге, помогать друг другу и стремиться к общему развитию. Поэма была написана Цао Цао на обратном пути из победоносной экспедиции на север.

В 2018 г. Си Цзиньпин пять раз цитировал священное писание, демонстрируя знания в изучении китайской культуры. Например, говоря о борьбе с бедностью и переселении, он процитировал фразу *О, если бы такой построить дом под крышею громадною одной, чтоб миллионы комнат были в нём для бедняков, обиженных судьбой* (安得广厦千万间, 大庇天下寒士俱欢颜) из древней поэмы Ду Фу. Это описание гармоничной сцены, в которой правительство помогло миллионам людей жить в мире и счастье. Когда речь идёт о реализации прекрасного плана, разработанного 19 Всекитайским съездом КПК, фраза *строительство девятиэтажной башни начинается с возведения земляной насыпи* (九层之台, 起于累土) взята из высказывания Лаоцзы. Это означает, что платформа высотой в девять этажей построена из земляной корзины, что является метафорой о необходимости начинать с самых основ и постепенно наращивать высоту, прежде чем чего-то достичь.

Новогодние обращения Си Цзиньпина всегда включают одно или два популярных слова из Интернета, которые широко обсуждаются и распространяются как онлайн, так и офлайн. Например, в 2014 г. фраза Китайская мечта о великом возрождении китайской нации (实现中华民族伟大复兴的中国梦) возглавила список *Десять самых популярных слов 2013 г.*, отобранных редакцией журнала. В 2016 г. Си Цзиньпин сетовал на то, что *мир так велик и в нём так много проблем* (世界那么大, 问题那么多), что международное сообщество нуждается в Китае. Китай не может отсутствовать. Эта фраза происходит от *Мир такой большой, я хочу его увидеть* (世界那么大, 我想去看看). Это одна из десяти лучших интернет-фраз года в «Отчёте о состоянии языковой жизни в Китае (2016)». Оригинальная фраза была взята из письма об отставке, которое вызвало большой шум и стало попу-

лярным. Здесь она ловко использована для иллюстрации отношений между Китаем и миром.

2. Анализ в плане содержания

1) Темы текста. Новогоднее обращение 2014 г. было просто выражением пожеланий на Новый год и эмоционально заряженным взглядом на будущее. Тексты новогодних обращений 2015–2018 гг. связаны с шестью темами. Наиболее часто встречающейся из шести тем является политическое строительство. За ней следует тема дипломатии. Причём эти две темы составляют более половины общего содержания из шести тем. Третье место занимает социальное строительство, за ним следует культурное строительство, и, наконец, экономическое строительство и экологическое строительство цивилизации.

В 2015 г. были больше всего упомянуты политические темы, включая борьбу с коррупцией, углубление реформ, верховенство закона и строгое руководство партии. В новогоднем обращении 2016 г. освещались судебная реформа, военная стратегия и отношения с Тайванем. В 2017 г. было меньше политического содержания. Акцент на *реформе* и *открытости* в 2018 г. в определённой степени свидетельствует о главном фокусе и направлении политического строительства в Китае.

Тема культуры охватывает ряд культурных, спортивных, медицинских и образовательных мероприятий. В 2015 г. было подчеркнуто, что в предыдущем году было принято законодательство, устанавливающее несколько памятных дней, таких как День победы в Войне сопротивления японским захватчикам, День гражданской панихиды в памяти жертв Нанкинской резни. В 2016 г. по-прежнему отмечаются памятные исторические дни, такие как День памяти Всемирной антифашистской войны, а также темы зимних Олимпийских игр, суперкомпьютера, спутника для исследования тёмной материи и Нобелевская премия Ту Юю. 2016 г. также был отмечен рядом других спортивных и научных тем. Это был год выдающихся культурных достижений, поэтому новогоднее обращение 2016 г. включало, прежде всего, темы культуры.

В 2015 г. в центре внимания был вопрос борьбы с бедностью. В 2016 г. тема включала вопросы *борьба с бедностью и нуждающиеся люди*. В 2017 г. были особо отмечены вопросы содействия сельской миграции, улучшение условий школьного обучения для учащихся в бедных районах и избавление от бедности более 10 миллионов бедных людей. В 2022 г. подчёркивается результат *полного благосостояния и избегания бедности*.

Тема дипломатического строительства фокусируется на дипломатической философии Китая, показывающей миру, что он является миролюбивой, ответственной, сотрудничающей и открытой страной. В 2015 г. темы включали неформальную встречу лидеров АТЭС. В новогоднем обращении 2017 г. упоминаются 11-й саммит лидеров G20, прогресс строительства *Одного пояса, одного пути и сообщества человеческой судьбы*. В 2018 г. Си Цзиньпин говорил о *проведении в Китае нескольких многосторонних дипломатических мероприятий (在国内主办了几场多边外交活动)*, включая первый саммит международного сотрудничества «Пояс и путь» и встречу лидеров БРИКС.

ВЫВОДЫ

На основе теории текста в контексте лингвокультурологии нами анализируются полные тексты новогодних обращений глав государств России и Китая за 2013–2022 гг. в планах содержания и выражения, организуются и обобщаются высокочастотные слова с помощью программы antconc и SEO для создания карт облака слов, которые визуальным образом представляют содержание исследования и помогают в анализе структуры текста. Доказывается, что новогодние обращения В.В. Путина и Си Цзиньпина имеют сходство и различие.

1. Сходство

1) Новогодние обращения глав двух стран имеют стабильную структурную основу. Новогодние обращения глав двух стран за 2013–2022 гг. структурированы и систематизированы. Структура новогодних обращений делится на три части: фиксированное содержание, поздравительная часть и

излагаемая часть. Содержание новогодних обращений состоит из двух частей: выражение пожеланий на Новый год, и краткое подведение итогов работы за прошедший год, постановка планов и целей на следующий год.

2) В темы текстов встроена идеология. Тексты новогодних обращений за 2013–2022 гг. были импортированы в программы, в результате чего была получена карта облака слов. Неоднократное обращение двух глав к народу подчёркивает значимость народа. Формирование идентичности также является очень важным фактором новогодних обращений.

3) Темы новогодних обращений продолжают и меняются в зависимости от различных политических, экономических и современных контекстов. В зависимости от политического и экономического контекстов темы меняются. Новогодние пожелания, призывы и благодарности – обязательные темы новогодних обращений, в то время как память о погибших в катастрофах и авариях, воспоминания об исторических юбилеях и дань уважения тем, кто внёс вклад в развитие нации, также являются распространёнными вариантами.

4) Тексты лидеров отличаются простыми и понятными словами для народа. В новогодних обращениях В.В. Путина преобладают эмоциональные, моральные и психологические компоненты. Для этого политик, особенно глава государства, должен сочетать в своей речи общие национальные проблемы с личными проблемами каждого человека, чтобы его слова нашли отклик в сознании большинства людей. Новогодний стиль речи подходит к убеждению аудитории, поскольку в традиционный праздничный период, особенно на Рождество и Новый год, обращение лидера будет воспринято в позитивном ключе. Поэтому оратору необходимо учитывать психологическое состояние аудитории и сочетать соотношение разума и эмоций в тексте с реальностью ситуации, чтобы оправдать ожидания аудитории.

2. Различия

1) Новогодние обращения В.В. Путина отражают национальную культуру России. В целом, новогодние обращения

В.В. Путина за 2013–2022 гг. короче других политических текстов и по форме ближе к праздничному тосту. Новый год, который приходится на 1 января, является праздником по григорианскому календарю и менее религиозен и традиционен, чем праздники по российскому православному календарю. По сравнению с прошлыми выступлениями новогодние обращения последних лет значительно изменились.

2) В новогодних обращениях В.В. Путина используются риторические средства, такие как риторическая модификация, метафора, градация и риторическое восклицание. В новогодних обращениях В.В. Путина использовались риторические приёмы, такие как риторическая модификация и метафора. Риторическая модификация представлена словосочетаниями *великий пример, мощное, вдохновляющее чувство, тёплые слова*. Метафора – *всегда на посту, наша опора*.

Также особенностью новогоднего обращения В.В. Путина является использование градации и риторического восклицания. Например, *днём и ночью, Уважаемые граждане России! Дорогие друзья!* Все эти риторические приёмы усиливают выразительность, подчёркивают чувство радости, выражают надежду в обращениях.

3) В новогодних обращениях В.В. Путина используется интертекстуальность в выражении идеологии, чтобы показать эмоциональный резонанс и укрепить идентичность с родиной. В тексте новогоднего обращения В.В. Путина используется интертекстуальный подход к идеологическому выражению. Культурная специфика содержания текста отражается в многочисленных интертекстуальных связях. На интертекстуальном уровне новогодние обращения В.В. Путина по стилю схожи с текстами Послания Президента Федеральному Собранию, поскольку по содержанию новогодние обращения являются дополнительным комментарием к ним.

4) В новогодних обращениях Си Цзиньпина культурная тематика год от года усиливается. Тексты новогодних обращений Си Цзиньпина связаны с шестью темами: политическое строительство, дипломатия, социальное строительство, культур-

ное строительство, экономическое строительство и экологическое строительство цивилизации.

Темы включают ряд культурных вопросов, а также фокусируются на дипломатической философии Китая, показывающей миру, что он является миролюбивой, ответственной, сотрудничающей и открытой страной.

5) В новогодних обращениях Си Цзиньпина широко используются такие риторические приёмы, как цитата, сравнение и параллелизм, что имеет генетиче-

ский эффект широкого распространения.

В новогоднем обращении Си Цзиньпина часто используются метафоры. Тексты новогодних обращений Си Цзиньпина часто включают цитаты из священных писаний, представляя образ лидера как человека начитанного и талантливого. Новогодние обращения Си Цзиньпина всегда включают популярные слова и фразы из Интернета, которые широко обсуждаются и распространяются как онлайн, так и офлайн.

Список источников

1. Земская Е.А. Язык как деятельность: Морфема. Слово. Речь. М.: Языки славянской культуры, 2004. 896 с.
2. Чудинов А.П. Политическая лингвистика (общие проблемы, метафора). Екатеринбург: Урал. гум. ин-т, 2003. 193 с.
3. Базылев В.Н. Политический дискурс в России // Политическая лингвистика. 2005. № 15. С. 5-32.
4. Варавкина В.Ю. Новогоднее обращение главы государства: жанровая специфика и лингвокогнитивное моделирование образа адресата: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Омск, 2011. 23 с.
5. Кошанский Н.Ф. Риторика. М.: Изд. дом «Русская панорама», 2013. 320 с.
6. Виноградов В.В. О языке художественной литературы. М.: Гос. изд-во худ. лит., 1959. 295 с.
7. Маслова В.А. Лингвокультурология. М.: Академия, 2004. 208 с.
8. Лобанова Т.Н. «Новогоднее обращение» как жанр политического дискурса: политлингвистическое исследование (на материале выступлений Председателя КНР Ху Цзиньтао) // Ученые записки национального общества прикладной лингвистики. 2013. № 2 (2). С. 55-63.
9. Токарев Г.В., Токарева И.Ю. Введение в лингвокультурологию. Тула: Изд-во ТГПУ им. Л.Н. Толстого, 2016. 144 с.
10. Алтунян А.Г. Анализ политических текстов. М.: Университетская книга; Логос, 2006. 384 с.
11. Михальская А.К. Основы риторики. М.: Дрофа, 2001. 416 с.
12. Ослопова В.Ю. Новогоднее обращение главы государства к народу как жанр политического дискурса // Вестник Томского государственного университета. 2009. № 329. С. 19-22.
13. Крейдлин Г.Е. Невербальная семиотика: язык тела и естественный язык. М.: Новое лит. обозрение, 2002. 592 с.
14. Заика В.И. Очерки по теории художественной речи. В. Новгород: НовГУ им. Ярослава Мудрого, 2006. 407 с.
15. Колесов В.В. Русская ментальность в языке и тексте. СПб.: Петербургское Востоковедение, 2006. 624 с.
16. Китайгородская М.В. Современная политическая коммуникация. Екатеринбург: Урал. гос. пед. ун-т, 2009. 292 с.
17. Хазагеров Г.Г. Политическая риторика. М.: Никколо-Медиа, 2002. 313 с.
18. Остин Дж.Л. Слово как действие // НЗЛ. Вып. 17: Теория речевых актов. М.: Прогресс, 1986. С. 22-129.
19. Пасынкова В.В. «Трудно быть богом»: эволюция политических образов Владимира Путина // Управленческое консультирование. 2016. № 2 (86). С. 43-50.
20. Гудков Д.Б. Ритуалы и прецеденты в политическом дискурсе // Политический дискурс в России. Материалы рабочего совещания. М.: Диалог-МГУ, 1998. С. 30-36.
21. Лотман Ю.М. Семиосфера. СПб.: Искусство СПб, 2000. 704 с.

References

1. Zemskaya E.A. *Yazyk kak deyatel'nost': Morfema. Slovo. Rech'* [Language as Activity: Morpheme. Word. Speech]. Moscow, Yazyki slavyanskoy kul'tury Publ., 2004, 896 p. (In Russian).
2. Chudinov A.P. *Politicheskaya lingvistika (obshchiye problemy, metafora)* [Political Linguistics (General Problems, Metaphor)]. Ekaterinburg, Ural Institute of Humanities, 2003, 193 p. (In Russian).

3. Bazylev V.N. Politicheskii diskurs v Rossii [Political discourse in Russia]. *Politicheskaya lingvistika – Political Linguistics*, 2005, no. 15, pp. 5-32. (In Russian).
4. Varavkina V.Y. *Novogodneye obrashcheniye glavy gosudarstva: zhanrovaya spetsifika i lingvokognitivnoye modelirovaniye obraza adresata: avtoref. dis. ... kand. filol. nauk* [New Year's Speech of the Head of State: Genre Specificity and Linguistic and Cognitive Modeling of the Image of the Addressee. Cand. philol. sci. diss. abstr.]. Omsk, 2011, 23 p. (In Russian).
5. Koshanskiy N.F. *Ritorika* [Rhetoric]. Moscow, "Russkaya panorama" Publishing House, 2013, 320 p. (In Russian).
6. Vinogradov V.V. *O yazyke khudozhestvennoy literatury* [On the Language of Fiction]. Moscow, Khudozhestvennaya literature Publ., 1959, 295 p. (In Russian).
7. Maslova V.A. *Lingvokul'turologiya* [Linguoculturology]. Moscow, Akademiya Publ., 2004, 208 p. (In Russian).
8. Lobanova T.N. «Novogodneye obrashcheniye» kak zhanr politicheskogo diskursa: politlingvisticheskoye issledovaniye (na materiale vystupleniy Predsedatelya KNR Khu Tszin'tao) ["New Year's Speech" as a Genre of Political Discourse: a Political Linguistic Study (on the Material of Speeches of President of China Hu Jintao)]. *Uchenyye zapiski natsional'nogo obshchestva prikladnoy lingvistiki* [Scientific Notes of the National Society of Applied Linguistics], 2013, no. 2 (2), pp. 55-63. (In Russian).
9. Tokarev G.V., Tokareva I.Y. *Vvedeniye v lingvokul'turologiyu* [Introduction to Linguoculturology]. Tula, Tula State Lev Tolstoy Pedagogical University Publ., 2016, 144 p. (In Russian).
10. Altunyan A.G. *Analiz politicheskikh tekстов* [Analysis of Political Texts]. Moscow, Universitetskaya kniga Publ., Logos Publ., 2006, 384 p. (In Russian).
11. Mikhalskaya A.K. *Osnovy ritoriki* [Fundamentals of Rhetoric]. Moscow, Drofa Publ., 2001, 416 p. (In Russian).
12. Osloпова V.Y. Novogodneye obrashcheniye glavy gosudarstva k narodu kak zhanr politicheskogo diskursa [New Year's Speech of the Head of State to the People as a Genre of Political Discourse]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta – Tomsk State University Journal*, 2009, no. 329, pp. 19-22. (In Russian).
13. Kreydlin G.E. *Neverbal' naya semiotika: yazyk tela i estestvennyy yazyk* [Non-Verbal Semiotics: Body Language and Natural Language]. Moscow, Novoye literaturnoye obozreniye Publ., 2002, 592 p. (In Russian).
14. Zaika V.I. *Ocherki po teorii khudozhestvennoy rechi* [Essays on the Theory of Artistic Speech]. Veliky Novgorod, Yaroslav-the-Wise Novgorod State University Publ., 2006, 407 p. (In Russian).
15. Kolesov V.V. *Russkaya mental'nost' v yazyke i tekste* [Russian Mentality in Language and Text]. St. Petersburg, Peterburgskoye Vostokovedeniye Publ., 2006, 624 p. (In Russian).
16. Kitaygorodskaya M.V. *Sovremennaya politicheskaya kommunikatsiya* [Modern Political Communication]. Ekaterinburg, Ural State Pedagogical University, 292 p. (In Russian).
17. Khazagerov G.G. *Politicheskaya ritorika* [Political Rhetoric]. Moscow, Nikkolo-Media Publ., 2002, 313 p. (In Russian).
18. Ostin J.L. Slovo kak deystviye [Word as Action]. *Novoye v Zarubezhnoy Lingvistike. Vyp. 17: Teoriya rechevykh aktov* [New in foreign linguistics. Issue 17: Theory of Speech Acts]. Moscow, Progress Publ., 1986, pp. 22-129. (In Russian).
19. Pasynkova V.V. «Trudno byt' bogom»: evolyutsiya politicheskikh obrazov Vladimira Putina ["It's Hard to Be a God": the Evolution of Vladimir Putin's Political Images]. *Upravlencheskoye konsul'tirovaniye – Administrative Consulting*, 2016, no. 2 (86), pp. 43-50. (In Russian).
20. Gudkov D.B. Ritualy i pretsedenty v politicheskom diskurse [Rituals and precedents in political discourse]. *Politicheskii diskurs v Rossii. Materialy rabochego soveshchaniya* [Political Discourse in Russia. Proceedings of the Working Meeting], Moscow, Dialog-MGU Publ., 1998, pp. 30-36. (In Russian).
21. Lotman Y.M. *Semiosfera* [Semiosphere]. St. Petersburg, Iskusstvo SPB Publ., 2000, 704 p. (In Russian).

Информация об авторах

Юэлинь Лю, магистр, специальность Русский язык и литература, Шанхайский университет иностранных языков, г. Шанхай, Китайская Народная Республика, ORCID: [0000-0001-5544-319X](https://orcid.org/0000-0001-5544-319X), 747176917@qq.com

Вклад в статью: концепция исследования, изучение и анализ политического дискурса, написание части текста статьи и оформление.

Information about the authors

Liu Yuelin, Master's Degree Student, Russian language and literature Programme, Shanghai International Studies University, Shanghai, People's Republic of China, ORCID: [0000-0001-5544-319X](https://orcid.org/0000-0001-5544-319X), 747176917@qq.com

Contribution: study concept, political discourse research and analysis, part manuscript drafting and design.

Ливэй Чжан, докторант, Шанхайский университет иностранных языков, г. Шанхай, Китайская Народная Республика, ORCID: [0000-0002-4739-8007](https://orcid.org/0000-0002-4739-8007), zhangliweiyu@163.com

Вклад в статью: идея исследования, изучение текстов и научной литературы, написание части текста статьи и оформление.

Конфликт интересов отсутствует.

Статья поступила в редакцию 25.02.2022
Одобрена после рецензирования 18.04.2022
Принята к публикации 21.04.2022

Zhang Liwei, Doctoral Candidate, Shanghai International Studies University, Shanghai, People's Republic of China, ORCID: [0000-0002-4739-8007](https://orcid.org/0000-0002-4739-8007), zhangliweiyu@163.com

Contribution: study idea, texts and scientific literature study, part manuscript drafting and design.

There is no conflict of interests.

The article was submitted 25.02.2022
Approved after reviewing 18.04.2022
Accepted for publication 21.04.2022

Неофилология

Neofilologiya = Neophilology

ISSN 2587-6953 (Print)

<http://journals.tsutmb.ru/neophilology/>

ISSN 2782-5868 (Online)

Перечень ВАК, РИНЦ, DOAJ, Ulrich's Periodicals Directory, EBSCO, ResearchBib, CrossRef, НЭБ «eLIBRARY.RU», ЭБ «КиберЛенинка»

НАУЧНАЯ СТАТЬЯ

УДК 811.161.1

DOI 10.20310/2587-6953-2022-8-2-276-285

Концептуальная лексема «Суходол» как компонент авторской языковой картины мира в одноимённой повести И.А. Бунина

Ольга Борисовна САРКИСЯН, Марина Анатольевна ДУБОВА ✉

ГОУ ВО МО «Государственный социально-гуманитарный университет»
140410, Российская Федерация, Московская область, г. Коломна, ул. Зеленая, 30

✉ dubovama@rambler.ru

Аннотация. Проанализированы способы лексической репрезентации пространственного континуума как компонента авторской языковой картины мира в повести писателя-неореалиста И.А. Бунина «Суходол». Таким образом, объектом исследования выступает концепт «Пространство». Предметом научно-исследовательского интереса является концептуальная лексема «Суходол», объективирующая пространственный компонент авторской языковой картины мира в одноимённой повести И.А. Бунина. Концепт «Пространство» занимает важное место в когнитивной лингвистике, поэтому актуальность представленной статьи, состоящая в обращении к проблеме лексических средств репрезентации миромоделирующей универсалии пространство и методике её описания, не вызывает сомнений. Цель исследования состоит в выявлении языковых механизмов объективации пространства в повести «Суходол», выстраиваемого с участием одноименного топонима. Обозначенная исследовательская цель реализована в ряде задач, состоящих в анализе особенностей функционирования топонима «Суходол» и его производных дериватов, в выявлении и анализе их роли в формировании авторской языковой картины мира. В выводах обосновано, что авторская языковая картина мира, важным компонентом которой является пространство, имеет концептуальный характер, объективируемый системой индивидуальных средств лексической репрезентации, важное место среди которых принадлежит концептуальной лексеме «Суходол». Материалы исследования могут найти практическое применение в вузовских курсах по текстологии, когнитивной лингвистике, лингвистическому анализу текста.

Ключевые слова: Суходол, пространство, языковая картина мира, И.А. Бунин

Для цитирования: Саркисян О.Б., Дубова М.А. Концептуальная лексема «Суходол» как компонент авторской языковой картины мира в одноимённой повести И.А. Бунина // Неофилология. 2022. Т. 8, № 2. С. 276-285. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2022-8-2-276-285>



Материалы статьи доступны по лицензии [Creative Commons Attribution \(«Атрибуция»\) 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) Всемирная



The conceptual lexeme “Sukhodol” as a component of the author’s linguistic world picture in the short novel of the same name by I.A. Bunin

Olga B. SARKISYAN, Marina A. DUBOVA ✉

State University of Humanities and Social Studies
30 Zelenaya St., Kolomna 140410, Moscow Region, Russian Federation
✉ dubovama@rambler.ru

Abstract. The ways of lexical representation of the spatial continuum as a component of the author’s linguistic world picture in the story by the neorealist writer I.A. Bunin “Sukhodol” are analyzed. Thus, the object of research is the concept of “Space”. The subject of research interest is the conceptual lexeme “Sukhodol”, which objectifies the spatial component of the author’s linguistic world picture in the story of the same name by I.A. Bunin. The concept of “Space” takes an important place in cognitive linguistics, therefore the relevance of the article, which consists in addressing the problem of lexical means of representing the world-modeling universal and the method of its description, is beyond doubt. The aim of the study is to identify the linguistic mechanisms of objectification of space in the short novel “Sukhodol”, formed by the toponym of the same name. The designated research goal is implemented in a number of tasks, consisting in the analysis of the peculiarities of the functioning of the toponym “Sukhodol” and its derivatives, in the identification and analysis of their role in the formation of the author’s linguistic world picture. The conclusion substantiates that the author’s linguistic world picture, an important component of which is space, has a conceptual nature, objectified by a system of individual means of lexical representation, an important place among which belongs to the conceptual lexeme “Sukhodol”. The materials of the article can find practical application in university courses on textual criticism, cognitive linguistics, and linguistic text analysis.

Keywords: Sukhodol, space, linguistic world picture, I.A. Bunin

For citation: Sarkisyan O.B., Dubova M.A. Kontseptual’naya leksema «Sukhodol» kak komponent avtorskoy yazykovoy kartiny mira v odnoimennoy povesti I.A. Bunina [The conceptual lexeme “Sukhodol” as a component of the author’s linguistic world picture in the short novel of the same name by I.A. Bunin]. *Neofilologiya – Neophilology*, 2022, vol. 8, no. 2, pp. 276-285. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2022-8-2-276-285> (In Russian, Abstr. in Engl.)



This article is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



ВВЕДЕНИЕ

Актуализация «изучения языка и языковых единиц сквозь призму антропологической парадигмы, являющаяся отличительной чертой современного научного знания, значительно расширяет диапазоны лингвистической науки» [1, с. 445], в частности, когнитивной лингвистики [2]. Так, Е.С. Кубрякова в рамках когнитивно-дискурсивного подхода справедливо отмечает: «Язык... является «окном» в сознание человека. Его можно и

нужно вследствие этого рассматривать как средство доступа к разуму человека и тем мыслительным (ментальным, психическим, внутренним) процессам, которые осуществляются в его мозгу» [3, с. 12]. Иначе говоря, человек не хранит в своём сознании различные языковые формы «на все случаи жизни», он соотносит знания о мире с определёнными ментальными образованиями в своём сознании — языковыми концептами и категориями, которые находятся в постоянном «движении», изменяются в результате когни-

тивной деятельности человека. Антропоцентрическая сущность языка активизируется в результате отбора индивидуумом лексических и языковых средств, выстраивания высказывания по вариативным синтаксическим и логическим моделям.

Таким образом, каждый человек объективирует в своей речи индивидуальное, присущее исключительно ему мировидение, вследствие чего картина мира, формируемая в человеческом сознании, в каждом конкретном случае носит уникальный характер, что позволило В.И. Постоваловой утверждать «наличие множества картин мира, воплощающих различное мировидение людей» [4, с. 14] с учётом фундаментальной важности общечеловеческого опыта познания мира в каждом индивидуальном случае его толкования [4, с. 14]. Разрабатывая понятие «языковая картина мира», Н.Н. Болдырев научно обосновывает процесс языковой репрезентации, акцентируя внимание на том, что при построении высказывания, во-первых, важно взаимодействие коллективных и индивидуальных знаний, и, во-вторых, сама концептуальная система человека включает в себе избирательную функцию, носит по отношению к миру интерпретирующий характер [5, с. 5].

Нельзя не согласиться с утверждением учёного о том, что «реализация антропоцентрической природы языка в его интерпретирующей функции в полной мере представлена в языковой картине мира, в её структуре и специфике передачи языкового опыта взаимодействия человека с миром и освоении знаний о нём в процессе познавательной деятельности» [6, с. 6-8]. Иначе говоря, языковая картина является не прямым отражением мира, а его мыслительным конструктом, созданным человеком в зависимости от специфики восприятия и понимания – не отражением, а отображением [7, с. 6] мира в сознании человека, определяемого личными особенностями восприятия. Обобщая всё вышесказанное, можно сделать вывод о том, что языковая картина мира формируется на основе индивидуального опыта, фундаментальных общечеловеческих знаний, фиксируемых в языке, а также соответствующих форм понимания и познания мира. Как справедливо отметил А.А. Яковлев, под языковой картиной мира понимаются «закрепленные в

языке способы, процессы и результаты концептуализации действительности, совокупность знаний о мире, способов их получения и интерпретации» [8, с. 6].

Ключевыми миродеформирующими универсалиями, структурирующими языковую картину мира, являются концепты «Пространство» и «Время».

В философском словаре они трактуются как «основные формы существования материи»¹. В.Г. Колшанский «пространственно-временное ориентирование человека» определяет как «физический закон существования» [9, с. 90]. Человек «неотделим... от пространственно-временных параметров своего существования, при этом мир человека – это концептуальное явление, состоящее из конструируемых им пространств, в том числе и языковых: «различных объединений вещей и людей» [9, с. 68].

Таким образом, обращение к проблеме авторской языковой картины мира и методике её описания с учётом антропологической направленности современной лингвистики и определяет в целом актуальность предпринятого исследования, объектом которого выступает концепт «Пространство». Предметом же научно-исследовательского интереса является концептуальная лексема «Суходол», объективирующая пространственный компонент авторской языковой картины мира в одноимённой повести писателя-неореалиста И.А. Бунина. Цель исследования состоит в выявлении языковых механизмов объективации пространства в повести «Суходол», выстраиваемого с участием одноименного топонима. Обозначенная исследовательская цель реализуется в ряде задач, состоящих в изучении текстовых фрагментов, репрезентирующих концептуальную лексему Суходол как компонент авторской языковой картины мира, выявлении методом сплошной языковой выборки особенностей функционирования топонима Суходол и его производных дериватов, их статистический подсчет и лингвостилистический и лингвокогнитивный анализ с позиций роли в формировании авторской языковой картины мира.

¹ Философский словарь / под ред. И.Т. Фролова. 7-е изд., перераб. и доп. М.: Республика, 2001. С. 104.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Работая над повестью «Суходол» (1912 г.), И.А. Бунин «поставил перед собой задачу при изображении деревни сосредоточить своё внимание на истории дворянского рода, выявить доминирующие черты русского помещного сословия и показать проявление в них особенностей национального характера»². Семантика заглавия произведения двупланова. С одной стороны, она «актуализирует пространственный компонент авторской языковой картины мира, в дальнейшем... последовательно реализующийся в системе лексических средств репрезентации пространственного континуума» [10, с. 194], особое место среди которых принадлежит топониму «Суходол», номинирующему в повести типичное умирающее дворянское родовое гнездо в Центральной России. Так вступает в повествование второй содержательный план, репрезентируемый заглавием произведения. В его рамках история конкретного мелкопоместного рода Хрущёвых осмысливается с позиций постепенного угасания дворянского сословия в России начала XX века и проецируется в философскую плоскость, участвуя в формировании ментального пространства.

Толковый словарь раскрывает семантику лексемы Суходол – как «безводной долины, лощины, имеющей влагу только от снеговых и дождевых вод»³. Прямое значение топонима, репрезентирующее конкретное физическое пространство, метафорически проецируется на историю оскудения и вымирания не только рода Хрущёвых, но и, как с горечью отмечает И.А. Бунин, целого сословия, «за полвека почти исчезнувшего с лица земли» (с. 224)⁴.

В тексте повести лексема «Суходол» насчитывает 73 употребления и 36 употреблений отыменных дериватов, что свидетельствует о её важности и содержательной значи-

мости в создании пространственного континуума авторской языковой картины мира.

Суходол преимущественно номинирует в повести физическое пространство – обозначает деревню и усадьбу, исторически принадлежащие Хрущёвым. Топос, репрезентируемый данной лексемой, в первую очередь, создаётся предложно-падежной формой «сущ. в П. п. + предлог в» со значением «нахождения где-н.»⁵ (18) и обозначает территориально ограниченную от остального мира местность: ...служила она [Наталья] теперь **в Суходоле** уже не прежней госпоже своей (с. 171); Дворня, деревня и дом **в Суходоле** составляли одну семью (с. 172); Любовь **в Суходоле** необычна была (с. 194); ...произошло **в Суходоле** ещё два крупных события (с. 201); ...соседи почти никогда не бывали **в Суходоле** (с. 183); Восемь лет жили французы **в Суходоле** (с. 185); Буднично стало **в Суходоле** (с. 221); ...снежные зимы **в Суходоле** (с. 224) и др.

В этом же значении употребляются:

– словоформы В. п. без предлога (2): Нам только Сошки, **Суходол** да четыреста душ прикинули (с. 183); ...хлеб ела она с того суглинка, что окружал **Суходол** (с. 211);

– словоформа «В. п. + предлог на» (1): Если бы новое несчастье не свалилось **на Суходол** (с. 222). Предложно-падежная конструкция с пространственным предлогом «на», управляемая глаголом со значением внешнего воздействия «свалилось» вводит в повествование некую третью силу, которая управляет судьбами суходольцев, подчёркивая их бессилие перед лицом Судьбы, внешних обстоятельств;

– словоформы Р. п. без предлога (6): Так путём и не видали мы в детстве **Суходола** (с. 173); Так что же тянуло нас... к разорённой усадьбе **Суходола**? (с. 174); ...в глушь, ещё более заповедную, чем глушь **Суходола** (с. 194); отдыхать от городов в тихой и нищей глуши **Суходола** (с. 223) и др.;

– словоформа «Р. п. + предлог до» (1): Отцу, юноше, **не до Суходола** было (с. 186);

– словоформы «Р. п. + предлог из» (3): ...новости, доходившие **из Суходола**, отрезвляли (с. 207); ...уже давно выселился он

² Роговер Е.С. Русская литература XX века. 2-е изд. Санкт-Петербург; Москва: САГА: ФОРУМ, 2004. С. 16.

³ Ушаков Д.Н. Большой толковый словарь современного русского языка. М.: Альта-Принт: ДОМ. XXI век, 2009. VII. С. 613.

⁴ Бунин И.А. Тёмные аллеи. Окаянные дни. Повести и рассказы. М.: Эксмо, 2015. Далее в тексте цитируется это издание с указанием страниц.

⁵ Ожегов С.И. Словарь русского языка / под ред. Н.Ю. Шведовой. 18-е изд., стереотип. М.: Рус. яз., 1986. С. 58.

[отец] *из Суходола в Лунёво* (с. 171); ...этот древний ариец, парс *из Суходола* уже получил кличку борзой (с. 197);

– словоформа Т. п. без предлога (1): ...*правит Суходолом* новая, всем чужая барыня (с. 203);

– словоформа «Т. п. + предлог над» (1): ...великая гроза прошла *над Суходолом* (с. 183).

Из приведённых контекстов на основе синтагматических связей лексемы *Суходол* читатель формирует представление об этом тополе, который предстаёт довольно глухим местом, обедневшим и тихим, обособленным от окружающего мира, мало посещаемым соседями, где на всём лежит печать запустения, вырождения и вымирания. Здесь меняются господа, а жизнь с каждым годом скудеет и теряет смысл. Здесь уже не живут, как это было раньше, а доживают свою жизнь и господа, и крестьяне.

Пространство Суходола детализируется такими локусами, как усадьба с домом, олицетворяющими «древнюю семейственность» рода Хрущёвых, уходящий в прошлое мелкопоместный уклад жизни, ностальгия по которому пронизывает всё произведение:

– суходольская усадьба (4): ... *возле оскудевшей суходольской усадьбы* (с. 170); ...было очарование и *в суходольской разорённой усадьбе* (с. 177); *Явившись в суходольскую усадьбу...* (с. 212); *Теперь уже и совсем пуста суходольская усадьба* (с. 225);

– суходольский дом (6): ...*тёмен и сумрачен был старый суходольский дом* (с. 170); *Пока жили французы в суходольском доме, дом сохранял ещё жилой вид* (с. 185); ...*загорелся и долго, страшно пылал суходольский дом* (с. 220) и др.

Атрибутивные характеристики этих лексем также ярко демонстрируют постепенный упадок жизни: веселье дома, ещё имевшего жилой вид при французах, сменяется сумрачностью оскудевшей, разорённой усадьбы, однако ещё хранящей следы бывшего очарования и манящей к себе. Относительное прилагательное «суходольский», в основе которого лежит интегральная сема топонима *Суходол*, номинирует разнообразные объекты, включённые в очерченное им пространство и являющиеся его неотъемлемой частью: ...*по суходольскому верху* – только

белый голыш (с. 194); ...*по сравнению с неряшливым убожеством суходольских изб* (с. 202). Родовое гнездо Хрущёвых изображается через объекты, которыми оно конкретизируется, – не только физические, реально существующие «опорные точки», но и людей, а также мыслительные образы, среди которых автор называет *глушь, события, новости, предметы быта*. Суходольская глушь под стать суходольской жизни, небогатой на события и новости, – будни текут, сливаясь в одно неясное впечатление, изредка разбавляемое отдельными событиями: *Первое событие, ужаснувшее нас, тоже было суходольское* (с. 201); *Он торопливо-резко выкинул ей все суходольские новости* (с. 199) и т. п.

Лексема «Суходол» участвует в формировании значения «направление, место»⁶, куда возвращались рано или поздно те, кто покидал Суходол, но на всю жизнь оказался связанным с ним, которое создаётся предположительно-падежной конструкцией «В. п. сущ. + предлог в» (9): ...*снова воротилась она в Суходол* (с. 169); *Возвратился в Суходол Пётр Петрович* (с. 187); *И не сровнялось и года с приезда её в Суходол* (с. 212); *На пути в Суходол Евсей сказал* (с. 202) и др.

Направление движения к Суходолу или от него репрезентируется в повести и другими грамматическими формами: ...*мало изменился и город, что на пути к нему из Суходола* (с. 191); ...*вернуть, доскакать до Суходола* (с. 192); ...*мы под вечер подъезжали к Суходолу* (с. 174).

Принадлежность к этому, по словам писателя, улусу запечатлевается и в языке (1), и в душе (2), и в крови (1), и в песнях (1), на которые накладывает отпечаток Суходол: *И первый язык, на котором мы заговорили, был суходольский* (с. 173); *Но душа-то в нём была суходольская* (с. 172); ...*старая суходольская кровь текла в ней* (с. 196); ...*первые песни, тронувшие нас, тоже суходольские* (с. 173).

Под суходольским языком повествователем, без сомнения, понимается русский язык, содержащий в себе диалектные слова, собственные данной местности, произносительные, лексические и грамматические особенности речи суходольцев. Суходольский язык

⁶ Ожегов С.И. Словарь русского языка ... С. 58.

заключает в себе ключ к культурному коду данной территории, отражает передаваемую из поколения в поколение информацию, важную для местных жителей и их потомков, ведь именно в языке кроется основной сигнал, позволяющий человеку реализовать важный социальный выбор в рамках оппозиции «свой – чужой», семантику которой мы раскроем позже.

Метафорическая связь *души* и *крови* Натальи с географическим положением родового гнезда Хрущёвых, объективированная в тексте синтагматическими связями рассматриваемых лексем, даёт представление о родстве населяющих Суходол людей, общности их характеров и судеб, единстве их прошлого, настоящего и, судя по всему, будущего. Наталья не отделима по своей сути ни от описываемого автором пространства, ни от населяющих его людей. Душа Аркадия Петровича, как и Наталья, также принадлежит Суходолу, что в очередной раз подчёркивает сходство и родство его жителей на внутреннем, глубинном уровне.

Суходол, как уже было сказано выше, предстаёт в повести замкнутым пространством, отгороженным от остального мира, живущим по своим традициям и законам топомом (*В Суходоле с татарками за стол сажались!* (с. 170); *В Суходоле все ссорились* (с. 171)), вследствие чего его жители – суходольцы – наделены рядом внутренних (эмоционально-психологических) и внешних (внешность, образ жизни, поведенческие особенности) черт, которые отличают их от населения других «улусов». Лексема «суходольцы» в значении «жители Суходола», номинирующая персонажей по принадлежности к данной местности, насчитывает в повести 8 употреблений: *...конопляный какой-то запах, что ощущали, целуясь с суходольцами* (с. 174); *...любят суходольцы играть роли* (с. 209); *Росли суходольцы среди жизни глухой, сумрачной* (с. 223); *...какими горячими приверженцами Суходола были и все прочие суходольцы* (с. 171) и др. Суходольцы и суходольские гнёзда понимаются повествователем как часть целого суходольского пространства: *...быстро исчезали на наших глазах и гнёзда суходольские* (с. 221). Лексема «суходольцы» в значении «люди, рождённые и живущие в Суходоле», синонимична номи-

нации «суходольские мужики», которые предстают в повести преимущественно в негативном свете: неспособными к развитию, с одной стороны, преданными и смиренными в своей убогости, с другой – агрессивными и несговорчивыми.

Перед нами проходит целая череда персонажей, судьба которых оказывается так или иначе связана с Суходолом. На первый взгляд, они очень разные: щеголеватый красавец Пётр Петрович, спокойный и добродушный Аркадий Петрович, вызывающий жалость сумасшедший дед Пётр Кириллович, дерзкий и своевольный его незаконный сын Герваська, молочная сестра Аркадия Петровича Наталья, сошедшая с ума тётя Тоня... Тем не менее все они, и господа, и мужики, между которыми установились странные, полуродственные, отношения, отмечены печатью Суходола: *...проще, добрей суходольских господ «во всей вселенной не было»* (с. 170); *И кто был роднее нам суходольских мужиков?* (с. 173); *Мужики суходольские ничего не рассказывали* (с. 174) и т. п.

К этой семантической группе примыкает лексема «обитательницы»: *И тяжело доживали свои последние годы старые обитательницы Суходола – Клавдия Марковна, тётя Тоня, Наталья* (с. 171). Согласно толковому словарю, лексема «обитатель» имеет значение «житель, тот, кто живёт, обитает где-нибудь»⁷. В этом контексте пространство Суходола заполняется жителями, объективирующими его. Существительное «обитательницы» является дериватом от глагола «обитать», одно из лексических значений которого раскрывается применительно к животным: «Водиться в какой-л. местности (о животных)»⁸. Эта сема содержит дополнительное значение, добавляя коннотативную характеристику образу суходольских мужиков: они не воспринимаются, как люди в полном смысле этого слова, скорее – как дикие звери. Жестокие нравы, тяжёлый быт, заставляющий выживать, уподобляет их животным.

Несмотря на различия во внешности, поведении, отношении к господам и друг к другу, все они вызывают сочувствие и даже

⁷ Ожегов С.И. Словарь русского языка ... С. 365.

⁸ Ефремова Т.Ф. Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный. М.: Рус. яз., 2000. Т. 1. С. 1069.

жалость, потому что никто из суходольцев не стал счастливым: ни господа, ни крестьяне. Будто древнее проклятие веет над Суходолом, разрушая людские судьбы, заставляя их страдать, лишая «и счастья, и разума, и облика человеческого» (с. 171), как тётю Тоню.

Люди и животные оцениваются по принадлежности или непринадлежности к Суходолу: *...дивоваться на Сошки, находить в них больше прелести и несходства с Суходолом* (с. 205); *...увидала знакомого кобеля... имеющего какое-то сходство ...со всем Суходолом* (с. 209). Суходол выступает своеобразным мерилем, позволяющим включить человека в суходольский мир или же считать его чуждым этому миру.

Топоним *Суходол* раскрывается в повести не только как пространственный локус, но и как временной отрезок, включающий в себя воспоминания о событиях прошлого, особое место среди которых занимают напряжённые отношения, ссоры, необычная любовь, создающие в итоге неповторимый образ Суходола – «памятника былого», безвозвратно ушедшего в прошлое: *Подрастая, всё внимательнее прислушивались мы к тому, что говорилось в нашем доме о Суходоле: всё понятнее становилось непонятное прежде, всё резче выступали странные особенности суходольской жизни* (с. 170); *...не было ощущения будничной суходольской жизни* (с. 170). В данных контекстах Суходол осмысливается в пространственно-временной плоскости: не только как место, но и как безвозвратно ушедшее, далёкое, дорогое каждому персонажу повести время.

При этом Суходол воспринимается семантически шире, чем один из ряда пространственных топосов, номинирующих деревню, поместье, усадьбу. Эта лексема участвует и в формировании ментального пространства, репрезентируемого в мыслях, мечтах и рассказах героев. В первую очередь, Суходол является объектом долгих раздумий, воспоминаний и многочисленных рассказов Натальи, погубленная жизнь которой олицетворяет историю суходольцев: *Всё думала она [Наталья] о Суходоле* (с. 208); *...и начинал казаться Суходол таким прекрасным, таким желанным* (с. 207); *И всё же ушла она [Наталья] из Лунёва в Суходол, к источнику своих тёмных воспоминаний*

(с. 171); *В Наталье всегда поражала нас её привязанность к Суходолу* (с. 169). О Суходоле рассказывает своим детям Аркадий Петрович: *...глубокая грусть слышалась в его [отца] рассказах о Суходоле* (с. 171). Наконец, у самих детей, от лица которых преимущественно ведётся повествование, под влиянием известных с раннего детства рассказов о Суходоле формируется его загадочный, притягательный образ, создаваемый за счёт переосмысления услышанного: *А потом узнали мы о Суходоле* (с. 170); *...прислушивались мы к тому, что говорилось в нашем доме о Суходоле* (с. 170); *Наши страстные мечты о Суходоле* (с. 170). Суходол предстаёт как пространственный объект, характеризующийся рассказчиком со стороны. В итоге развёрнутый эпитет *поэтический памятник былого* создаёт возвышенный, романтизированный пространственный образ, рисуемый детским воображением: *Для нас Суходол был только поэтическим памятником былого* (с. 171). В них уже с детства зарождается привязанность к Суходолу, которая отличает всех суходольцев и объединяет их, независимо от социального положения, в одну семью: *И не она [Наталья] одна страдала привязанностью к Суходолу* (с. 172); *В тяготе к Суходолу, в обольщении его стариною долго жили и мы с сестрой* (с. 172); *...какими горячими приверженцами Суходола были и все прочие суходольцы* (с. 171). Обращает на себя внимание лексема «приверженцы» в значении «тот, кто привержен кому-либо, чему-либо; сторонник, последователь кого-либо, чего-либо»⁹. В отличие от семантики рассмотренной выше лексемы *обитательницы, приверженцы* напрямую не включаются в пространство Суходола, образуя группу непосредственно не принадлежащих ему субъектов.

Таким образом, Суходол предстаёт в повести не только как родовое имя, но и как образ жизни и некое душевное состояние сопричастности старинному умирающему роду. Герои могут уезжать из Суходола, но тогда они его увозят с собой в своей душе, как, например, Наталья, чего не дано понять людям пришлым, инородным, таким, как Юшка, который Суходол как бы проверяет на состоятельность, и которые, не выдержав

⁹ Ожегов С.И. Словарь русского языка ... С. 508.

проверки, уходят из Суходола: *Наконец наскучила Наташка Юшке, наскучил и Суходол* (с. 220).

Выстраиваемый по принципу метафорического структурирования образ Суходола представляется живым существом за счёт синтагматических связей с глаголами, содержащими в своей семантике значение действий, присущих человеку. Глаголы *лишил, заставил, узнал, держался* и под., а также отглагольное прилагательное *порождённой* подразумевают под собой производителя действия и даже некоторую осознанность в его совершении: *И счастья, и разума, и облика лишил её Суходол* (с. 171); *не узнал её и Суходол* (с. 201); *Суходол ещё кое-как держался* (с. 224). И у людей, и у животных складываются свои, особенные, отношения с Суходолом, который уподобляется живому существу, наделяемому индивидуальными чертами характера: *А и Суходол хорош, пропади он пропадом!* (с. 172).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проведённый анализ особенностей репрезентации концептуальной лексемы «Суходол» позволил определить индивидуальное своеобразие и специфику создания пространственной модели авторской языковой картины мира в одноимённой повести И.А. Бунина.

Нельзя не отметить традиционную для писателя схематичность в построении суходольского пространства, характеризующуюся редким употреблением топонимических единиц, отсутствием подробностей и прорисованных деталей.

Образ Суходола создаётся автором в двух проекциях: физического и ментального пространства. Как физическое пространство Суходол объективируется суходольской усадьбой, домом, с которым связаны многочисленные воспоминания разных героев.

В качестве пространственных репрезентантов в тексте повести выступают топонимические и географические номинации, создающие горизонтальную пространственную плоскость.

Двойственное отношение формируется при соприкосновении с Суходолом, с одной стороны, представляющим неким одушевлённым персонажем, губящим жизни всех, кто оказался по воле судьбы сопричастным ему, а с другой – «поэтическим памятником былого», навсегда привязывающим к себе прочными узами, заставляющим возвращаться в родное место (плоскость ментального пространства).

Средства репрезентации концептуальной лексемы «Суходол» отражают субъективные особенности восприятия этого феномена автором и объективируют его индивидуальную картину мира.

Лингвостилистический и лингвокогнитивный анализ особенностей функционирования концептуальной лексемы «Суходол» позволил обосновать уникальность авторской пространственной модели.

Исследование способов лексической репрезентации концепта «Пространство» через призму функционирования отдельной концептуальной лексемы вносит вклад в разработку методологии анализа авторской языковой картины мира на материале художественного текста.

Список источников

1. Дубова М.А. Концепт «мыслительная деятельность» как способ характеристики языковой личности героя в романе И.А. Бунина «Жизнь Арсеньева» // Неофилология. 2021. Т. 7. № 27. С. 444-452. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2021-7-27-444-452>
2. Когнитивные исследования языка. Вып. XXVII: Антропоцентрический подход в когнитивной лингвистике: сб. науч. тр. / отв. ред. вып. В.З. Демьянков. М.: Ин-т языкознания РАН; Тамбов: Изд. дом ТГУ им. Г.Р. Державина, 2016.
3. Кубрякова Е.С. Язык и знание: на пути получения знаний о языке: Части речи с когнитивной точки зрения. Роль языка в познании мира // Языки славянской культуры (Язык. Семиотика. Культура). М.: Ин-т языкознания РАН, 2004. 560 с.
4. Постовалова В.И. Картина мира в жизнедеятельности человека // Роль человеческого фактора в языке: Язык и картина мира / Б.А. Серебренников, Е.С. Кубрякова, В.И. Постовалова и др. М.: Наука, 1988. С. 8-69.

5. Болдырев Н.Н. Антропоцентрическая сущность языка в его функциях, единицах и категориях // Вопросы когнитивной лингвистики. 2015. № 1 (42). С. 5-12.
6. Болдырев Н.Н. Язык и система знаний. Когнитивная теория языка. 2-е изд. М.: Изд. дом ЯСК, 2019. 480 с.
7. Серебренников Б.А. Предисловие // Роль человеческого фактора в языке: язык и картина мира / Б.А. Серебренников, Е.С. Кубрякова, В.И. Постовалова и др. М.: Наука, 1988. С. 3-7.
8. Яковлев А.А. Языковая картина мира как лингвистическое понятие: обзор российских публикаций последних лет // Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2017. Т. 15. № 2. С. 5-20.
9. Колшанский В.Г. Объективная картина мира в познании и языке. М.: Наука, 1990. 103 с.
10. Дубова М.А., Ларина Н.А. Средства лексической репрезентации пространственного континуума в ранних рассказах И.А. Бунина // Научный диалог. 2021. № 10. С. 191-212. <https://doi.org/10.24224/2227-1295-2021-10-191-212>

References

1. Dubova M.A. Kontsept «myslitel'naya deyatel'nost'» kak sposob kharakteristiki yazykovoy lichnosti geroya v romane I.A. Bunina «Zhizn' Arsen'yeva» [The concept of "Mental activity" as a component of the hero's linguistic personality in the novel by I.A. Bunin "Life of Arseniev"]. *Neofilologiya – Neophilology*, 2021, vol. 7, no. 26, pp. 444-452. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2021-7-26-444-452>. (In Russian).
2. Demyankov V.Z. (executive ed.) *Kognitivnyye issledovaniya yazyka. Vyp. XXVII: Antropotsentricheskii podkhod v kognitivnoy lingvistike: sbornik nauchnykh trudov* [Cognitive Studies of Language. Issue 27: Anthropocentric Approach in Cognitive Linguistics: Collection of Scientific Papers]. Moscow, Institute of Linguistics of the Russian Academy of Sciences Publ., Tambov, Publ. house of G.R. Derzhavin Tambov State University, 2016. (In Russian).
3. Kubryakova E.S. Yazyk i znaniye: na puti polucheniya znaniy o yazyke: Chasti rechi s kognitivnoy tochki zreniya. Rol' yazyka v poznanii mira [Language and knowledge: on the way of obtaining knowledge about language: Parts of speech from the cognitive point of view. The role of language in cognition of the world]. *Yazyki slavyanskoy kul'tury (Yazyk. Semiotika. Kul'tura)* [Languages of Slavic Culture (Language. Semiotics. Culture)]. Moscow, Institute of Linguistics of the Russian Academy of Sciences Publ., 2004, 560 p. (In Russian).
4. Postovalova V.I. Kartina mira v zhiznedeyatel'nosti cheloveka [Picture of the world in human life]. *Rol' chelovecheskogo faktora v yazyke: Yazyk i kartina mira* [The Role of Human Factor in Language: Language and Picture of the World]. Moscow, Nauka Publ., 1988, pp. 8-69. (In Russian).
5. Boldyrev N.N. Antropotsentricheskaya sushchnost' yazyka v ego funktsiyakh, editsakh i kategoriakh [Anthropocentric nature of language in its functions, units, and categories]. *Voprosy kognitivnoy lingvistiki – Issues of Cognitive Linguistics*, 2015, no. 1 (42), pp. 5-12. (In Russian).
6. Boldyrev N.N. *Yazyk i sistema znaniy. Kognitivnaya teoriya yazyka*. [Language and the System of Knowledge. Cognitive Theory of Language]. Moscow, YASK Publ. house, 2019, 480 p. (In Russian).
7. Serebrennikov B.A. Predisloviye [Preface]. *Rol' chelovecheskogo faktora v yazyke: yazyk i kartina mira* [The Role of Human Factor in Language: Language and Picture of the World]. Moscow, Nauka Publ., 1988, pp. 3-7. (In Russian).
8. Yakovlev A.A. Yazykovaya kartina mira kak lingvisticheskoye ponyatiye: obzor rossiyskikh publikatsiy poslednikh let [Language worldview as a linguistic notion: review of recent russian works]. *Vestnik Novosibirskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Lingvistika i mezhkul'turnaya kommunikatsiya – NSU Vestnik. Series: Linguistics and Intercultural Communication*, 2017, vol. 15, no. 2, pp. 5-20. (In Russian).
9. Kolshanskiy V.G. *Ob'yektivnaya kartina mira v poznanii i yazyke* [Objective Picture of the World in Knowledge and Language]. Moscow, Nauka Publ., 1990, 103 p. (In Russian).
10. Dubova M.A., Larina N.A. Sredstva leksicheskoy reprezentatsii prostranstvennogo kontinuuma v rannikh rasskazakh I.A. Bunina [Means of lexical representation of spatial continuum in early stories of I.A. Bunin]. *Nauchnyy dialog* [Scientific Dialogue], 2021, no. 10, pp. 191-212. <https://doi.org/10.24224/2227-1295-2021-10-191-212>. (In Russian).

Информация об авторах

Саркисян Ольга Борисовна, ассистент, аспирант, кафедра русского языка и литературы, Государственный социально-гуманитарный университет, г. Коломна, Московская область, Российская Федерация, ORCID: [0000-0002-3903-9434](https://orcid.org/0000-0002-3903-9434), kara.o.b@ya.ru

Вклад в статью: идея, сбор данных, анализ данных, анализ художественного текста, анализ научной литературы, написание части текста статьи.

Дубова Марина Анатольевна, доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры русского языка и литературы, Государственный социально-гуманитарный университет, г. Коломна, Московская область, Российская Федерация, ORCID: [0000-0001-6906-1002](https://orcid.org/0000-0001-6906-1002), dubovama@rambler.ru

Вклад в статью: концепция исследования, статистический анализ, анализ художественного текста, анализ научной литературы, написание и редактирование текста.

Конфликт интересов отсутствует.

Статья поступила в редакцию 06.12.2021
Одобрена после рецензирования и доработки 12.03.2022
Принята к публикации 24.03.2022

Information about the authors

Olga B. Sarkisyan, Assistant, Post-Graduate Student, Russian Language and Literature Department, State University of Humanities and Social Studies, Kolomna, Moscow Region, Russian Federation, ORCID: [0000-0002-3903-9434](https://orcid.org/0000-0002-3903-9434), kara.o.b@ya.ru

Contribution: idea, data collection, data analysis, literary text analysis, scientific literature analysis, part of manuscript text drafting.

Marina A. Dubova, Doctor of Philology, Associate Professor, Professor of Russian Language and Literature Department, State University of Humanities and Social Studies, Kolomna, Moscow Region, Russian Federation, ORCID: [0000-0001-6906-1002](https://orcid.org/0000-0001-6906-1002), dubovama@rambler.ru

Contribution: research concept, statistical analysis, literary text analysis, scientific literature analysis, manuscript text drafting.

There is no conflict of interests.

The article was submitted 06.12.2021
Approved after reviewing and revision 12.03.2022
Accepted for publication 24.03.2022

Неофилология

Neofilologiya = Neophilology

ISSN 2587-6953 (Print)

<http://journals.tsutmb.ru/neophilology/>

ISSN 2782-5868 (Online)

Перечень ВАК, РИНЦ, DOAJ, Ulrich's Periodicals Directory, EBSCO, ResearchBib, CrossRef, НЭБ «eLIBRARY.RU», ЭБ «КиберЛенинка»

НАУЧНАЯ СТАТЬЯ

УДК 811.161.1

DOI 10.20310/2587-6953-2022-8-2-286-294

Словообразовательные неологизмы эпохи пандемии коронавируса в медийном пространстве

Анастасия Викторовна ЗАВАДСКАЯ

ФГБОУ ВО «Оренбургский государственный медицинский университет»
460000, Российская Федерация, г. Оренбург, ул. Советская, 6✉ a.v.zavadskaya@gmail.com

Аннотация. Представлены результаты анализа словообразовательных неологизмов, вошедших в русский язык во время пандемии коронавируса. Тексты медийного пространства, выступившие материалом исследования, наглядно демонстрируют активные процессы, происходящие в настоящий момент в лексике и словообразовании русского языка. Неологизмы, отобранные методом сплошной выборки, были классифицированы автором по группам в зависимости от способов словопроизводства. Наиболее частотными способами узувального словопроизводства выступили суффиксальный способ и осново- и словосложение. Наряду с узувальными способами при словопроизводстве «пандемийных» неологизмов достаточно часто использовались неузувальные способы словообразования (контаминация, междусловное наложение, графогибридизация). Проводя аналогию с англоязычным медийным дискурсом, указано на то, что часть контаминантов вошла в русский язык в готовом виде в результате заимствования из английского языка. Также показаны явления полисемии и синонимии среди «пандемийных» неологизмов. Сделан вывод о том, что неологизмы эпохи пандемии отражают общие тенденции, происходящие в словообразовании русского языка в XXI веке. Полученные данные могут быть использованы при составлении словаря русского языка эпохи пандемии, а также в курсах лекций по лексикологии и словообразованию русского языка.

Ключевые слова: неологизм, пандемия, контаминация, универбация, графогибридизация

Для цитирования: Завадская А.В. Словообразовательные неологизмы эпохи пандемии коронавируса в медийном пространстве // Неофилология. 2022. Т. 8, № 2. С. 286-294. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2022-8-2-286-294>



Материалы статьи доступны по лицензии [Creative Commons Attribution \(«Атрибуция»\) 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) Всемирная



Word-formation neologisms of the coronavirus pandemic era in the media space

Anastasiya V. ZAVADSKAYA

The Orenburg State Medical Academy
6, Sovetskaya St., Orenburg 460000, Russian Federation
✉ a.v.zavadskaya@gmail.com

Abstract. We present the results of the analysis of word-formation neologisms that entered the Russian language during the coronavirus pandemic. The texts of the media space, which served as the research material, clearly demonstrate the active processes currently taking place in the vocabulary and word-formation of Russian language. The neologisms selected by the continuous sampling method are classified by us into groups depending on the methods of word-formation. The most frequent methods of usual word-formation are the suffix method and the stem and word composition. Along with the usual methods in the word-formation of “pandemic” neologisms, non-usual methods of word formation (contamination, interword overlap, graphohybridization,) are often used. Drawing an analogy with the English-language media discourse, we point out that some of the contaminants entered the Russian language in a ready-made form as a result of borrowing from the English language. We also show the phenomena of polysemy and synonymy among “pandemic” neologisms. We conclude that the neologisms of the pandemic era reflect the general trends occurring in the word-formation of the Russian language in the 21st century. The data obtained can be used in the dictionary of the Russian language of the pandemic era, as well as in the courses of lectures on lexicology and word-formation of the Russian language.

Keywords: neologism, pandemic, contamination, universalization, graphohybridization

For citation: Zavadskaya A.V. Slovoobrazovatel'nyye neologizmy epokhi pandemii koronavirusa v mediynom prostranstve [Word-formation neologisms of the coronavirus pandemic era in the media space]. *Neofilologiya – Neophilology*, 2022, vol. 8, no. 2, pp. 286-294. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2022-8-2-286-294> (In Russian, Abstr. in Engl.)



This article is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



ВВЕДЕНИЕ

Язык, будучи явлением социальным, наиболее активно развивается в переломные моменты жизни общества, одним из которых стала пандемия коронавируса. Так, последние два года обогатили лексический состав русского языка неологизмами медицинской сферы, а также единицами, называющими повседневную жизнь человека в новых реалиях. Как отмечает В.Е. Замальдинов, «подобные внеязыковые изменения привели к появлению в медийной коммуникации большого количества новых номинаций, возникших как реакция на ситуацию с коронавирусной инфекцией (COVID-19)» [1, с. 58].

Д.А. Надин указывает на то, что «новообразования (словообразовательные неологизмы) «пандемического» дискурса отражают напряжённое состояние в обществе, имеют, как правило, негативную оценочность» [2, с. 98].

Чаще всего новые реалии и называющие их словообразовательные неологизмы находят отражение в медиадискурсе. О.И. Северская объясняет это тем, что «именно СМИ, с одной стороны, представляют и транслируют в массы идеи и требования медиков, политиков и властей, бизнеса и экономистов, с другой – выступают от имени и в интересах общества, тем самым становясь полем, в котором пересекаются и взаимно преломляются разные типы дискурсов и дискурсивных практик» [3, с. 889].

Цель данной работы – описать и систематизировать словообразовательные неологизмы эпохи пандемии коронавируса, функционирующие в медийном пространстве. Для достижения поставленной цели нами были решены следующие задачи: проанализированы тексты русскоязычных массмедиа, отражающих тему пандемии коронавируса; выявлены и проанализированы неологизмы с точки зрения их словопроизводства; выявленные неологизмы классифицированы на группы в соответствии со способом словообразования.

Материалом исследования послужили тексты, опубликованные в российском медийном пространстве в 2020–2022 гг., тематика которых так или иначе связана с пандемией коронавируса (твитт-репортажи, посты социальных сетей). Общий объём проанализированных текстов составил немного более 500 единиц.

Тексты были отобраны методом сплошной выборки. Для анализа словообразовательных неологизмов были использованы методы словообразовательного анализа, анализа словарных дефиниций, а также метод классификации.

Научная новизна исследования заключается в том, что нами впервые были описаны явления полисемии и омонимии среди словообразовательных неологизмов «пандемийного» дискурса, проведены аналогии функционирования данных неологизмов в русскоязычном и англоязычном медийном пространстве.

УЗУАЛЬНЫЕ СПОСОБЫ СЛОВОПРОИЗВОДСТВА СЛОВООБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ НЕОЛОГИЗМОВ

Наибольшее влияние в эпоху изменений и потрясений испытывает на себе, конечно же, лексика. Как отмечает М.А. Кронгауз, «к лексическим относятся изменения, связанные с появлением новых слов, новых значений и актуализацией уже существующих слов и значений» [4, с. 737]. Среди новых слов, появившихся в языке в указанный период, в первую очередь стоит назвать медицинские термины, называющие новое заболевание: *коронавирус* и *COVID*.

Обращает на себя внимание орфография слова *коронавирус*. Согласно правилам русского языка между частями слова, образованного способом основосложения, должна употребляться соединительная гласная «о» или «е». Употребление гласной «а» С.Н. Лохов объясняет транслитерацией при заимствовании слова: «...латынь имеет букву «а» в середине [coronaviridae], в английский слово пришло с буквой «а» в середине [coronavirus]. <...>. Соответственно, слово приходит в русский язык с буквой «а» в середине» [5, с. 111].

Неологизмы *коронавирус* и *COVID* быстро адаптировались к законам русского языка. Так, на смену термину «*коронавирус*» пришел более короткий вариант «*корона*»; заимствованная аббревиатура *COVID* была транслитерирована в русскоязычный вариант «*ковид*». Оба неологизма сразу же выступили производящей основой для ряда новообразований. Рассмотрим их подробнее.

Основная часть новообразований построена в соответствии с узусными способами словопроизводства: префиксальным способом – *антиковидный*, *противоковидный*, *доковидный*, *постковидный*; суффиксальным способом – *ковидный*, *ковидник*, *ковидница*, *ковидик*, *ковидарий*, *корониал* (дети, рождённые в период пандемии коронавируса [6, с. 52]), *коронавт* (медицинский работник в специальном защитном облачении [6, с. 52]), *короник* (больной коронавирусной инфекцией), словосложением – *ковид-центр*, *ковид-госпиталь*, *ковид-бригада*, *ковид-диссидент*, *ковид-скептик* и основосложением – *ковидофобия*, *ковидошок*; *коронафобия*, *корона-скептик*, *коронапаника*. Достаточно часто в массмедиа стали функционировать такие сложные слова, как *ковид-тирания*, *ковид-мошенничество*, *ковид-ограничения*, *ковид-отель*: «Голландские фермеры присоединяются к протестам против **ковид-тирании** в Алкмаре» (<https://vk.com>); «Австралийский фашистский режим посадил в **ковид-отель** ещё одну звезду тенниса» (<https://t.me>) и др.

Среди новообразований даже появились синонимичные варианты: слова *ковидник*, *ковидарий* называют медицинские учреждения, в которых проходят лечение больные коронавирусом. Однако данные слова имеют разную сферу употребления: вариант «*кови-*

дарий», имея нейтральный оттенок, употребляется, как правило, в новостном дискурсе («Закрыли роддом и **ковидарий**»: жительница кузбасского города пожаловалась на отсутствие больницы (<https://twitter.com>* (здесь и далее в примерах используются социальные сети, которые в данный момент заблокированы на территории Российской Федерации. 04.03.2022 Роскомнадзор заявил о блокировке Twitter на территории Российской Федерации)), в то время как вариант «**ковидник**» употребляется в разговорной речи и носит оттенок пренебрежительности (*Внезапно еду в **ковидник**. Прощаюсь с жизнью; В немоскве попасть на работу в **ковидник** – это как вытянуть золотой билет* (<https://twitter.com>* (04.03.2022 Роскомнадзор заявил о блокировке Twitter на территории Российской Федерации))).

При анализе новообразований медийного пространства мы встретились и с таким явлением, как полисемия. Так, выше мы отмечали, что слово **ковидник** обозначает лечебное учреждение, осуществляющее лечение больных коронавирусом. Однако достаточно часто это слово в медийном пространстве функционирует в значении ‘человек, болеющий коронавирусной инфекцией’. В первом значении оно выступает в таких примерах: «Фельдшер: «забрать в **ковидник** можем, но предупреждаю, что гарантированно она оттуда живой не выйдет»; «Мурманская активистка Виолетта Грудина попадает в **ковидник**» (<https://vk.com>); во втором значении: «У вас в группе **ковидник**. На дистант завтра» (<https://twitter.com>* (04.03.2022 Роскомнадзор заявил о блокировке Twitter на территории Российской Федерации)); «У нас на работе подтвердился **ковидник**. И полколлектива с симптомами ОРВИ» (<https://twitter.com>* (04.03.2022 Роскомнадзор заявил о блокировке Twitter на территории Российской Федерации))).

Также мы обнаружили три твитт-текста с неологизмом **ковидник**, функционирующим в ином, не свойственном ему значении:

1) ‘источник коронавирусной инфекции’: «Единственная приятная новость это то что там всё включая персонал без масок так что это один сплошной **ковидник**» (сохранена авторская пунктуация, <https://twitter.com>* (04.03.2022 Роскомнадзор заявил о блоки-

ровке Twitter на территории Российской Федерации));

2) ‘утренник для детей, больных коронавирусной инфекцией’: «Областной новогодний **ковидник** для детей прошёл в Могилеве» (<https://twitter.com>* (04.03.2022 Роскомнадзор заявил о блокировке Twitter на территории Российской Федерации));

3) ‘проходящий на квартире концерт, участники которого больны коронавирусной инфекцией’: «Давайте соберём **ковидник**! В десна не лабызаться!» (<https://twitter.com>* (04.03.2022 Роскомнадзор заявил о блокировке Twitter на территории Российской Федерации))).

На наш взгляд, в данных примерах неологизм **ковидник** употреблён в значении созвучных ему общеупотребительных слов: **рассадник** (первый пример), **утренник** (второй пример), **квартирник** (третий пример). Но в отличие от данных слов неологизм содержит в себе коннотативную сему ‘больной коронавирусной инфекцией’.

В ноябре 2021 г. русский язык пополнился ещё одним неологизмом – **омикрон**, называющим новый штамм коронавирусной инфекции. Спустя месяц основа **омикрон** стала вершиной нового словообразовательного гнезда, куда вошли такие словообразовательные неологизмы, как **омикронный**, **омикронец**, **омикрончик**, **омикр**, **омикроша**: «Не успела послать «Дельту», как со мной решил познакомиться «**Омикрончик**» – молоденький, неопытный, ненавязчивый, слабенький духом. Прогнала всего через три дня» (<https://twitter.com>* (04.03.2022 Роскомнадзор заявил о блокировке Twitter на территории Российской Федерации)); «Катился год к концу уныло, / И надо б радоваться было, / Но что-то в радость не идёт / Грядущий **омикронный** год...» (<https://vk.com>); «**Омикроша** дошёл до Раши. Скоро там или работать будет некому, или работать будут чихая и кашляя» (<https://twitter.com>* (04.03.2022 Роскомнадзор заявил о блокировке Twitter на территории Российской Федерации))). Стоит отметить, что все обнаруженные нами неологизмы с данной основой образованы суффиксальным способом. Других способов словопроизводства мы не встретили.

Ещё одним неологизмом эпохи пандемии стало заимствование Zoom, которое на-

зывает приложение, предназначенное для проведения видеоконференций. В России данное приложение было самым популярным при реализации учебного процесса, проведении совещаний, конференций. Даже встречи друзей и родственников зачастую проводились на данной платформе. Этим и объясняется тот факт, что в русском языке последних двух лет производящая основа -зум- породила целое словообразовательное гнездо, куда вошли неологизмы *зумиться*, *зумбиться*, *отзумиться*, *зуммер*, *беззумие* (отсутствие зума или прерывание связи во время конференции). Характеризуя глаголы с заимствованным корнем -зум-, М.А. Кронгауз отмечает, что «связь с конкретной программой ослаблена, так как *зумить*, *зумиться* можно не только с помощью программы Zoom. Такой же путь прошли, в частности, и такие глаголы, как *ксерокопировать* (*ксерить*) и *гуглить*, оторвавшись от названия конкретной компании» [4, с. 737]. Также к словообразовательному гнезду с данным корнем учёный относит такие новообразования, как *зум-вечеринка*, *зум-встреча*, *зумбомбинг*. А среди лингвистов в последнее время стал популярным новый термин – *зум-коммуникация*.

В текстах массмедиа дискурса помимо вышеперечисленных новообразований нами были обнаружены также словообразовательные неологизмы *зум-митинг*, *зум-корпаратив*, *зум-мейкап*, *зум-звонки*, *зум-кабина* и даже *зум-сперитизм*, *зум-богослужения*: «*Краснодарский верующий осуждён за Zoom-богослужения*» (Коммерсантъ, 12.02.2021); «*Российская мебельная компания Fresh. Ideas for Office представила акустическую кабину специально для Zoom-звонков*» (Коммерсантъ, 28.01.2021) и др. Обращает на себя внимание тот факт, что в ряде новообразований используется вариант на латинице, а в ряде его транслитерированный аналог: «*Благодаря повсеместному использованию сервиса появились новые продукты и явления: настенные панели, фоны и лампы для звонков, Zoom-вечеринки, Zoom-мейкап и даже новый вид кибератак – зумбомбинг*» (Коммерсантъ, 28.01.2021).

Количество неологизмов, образованных префиксальным способом, невелико, что объясняется ограниченным набором приставок, участвующих в словопроизводстве (мы

обнаружили порядка 30 новообразований). Однако число суффиксальных неологизмов превышает их в несколько раз. Так, при анализе текстов медийного пространства мы выделили более 150 новообразований, произведенных по существующим в языке моделям. Что касается составных неологизмов, в которых первой частью выступает компонент ковид, корона, zoom (зум), то их количество также превышает 100 единиц.

НЕУЗУАЛЬНЫЕ СПОСОБЫ СЛОВОПРОИЗВОДСТВА СЛОВООБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ НЕОЛОГИЗМОВ

Помимо вышеперечисленных узусуальных способов словопроизводства нами также было выделено достаточно большое количество неологизмов, образованных неузусуальными способами. При этом мы отметили необычайную популярность компрессионного словообразования. В общем-то, данное лингвистическое явление, расцвет которого начался в языке постсоветского периода, было и раньше весьма распространено в речи. Однако эпоха пандемии коронавируса буквально за первый год обогатила русский язык почти 200 неологизмами, построенными по законам языковой компрессии.

Ещё Н.А. Янко-Триницкая отмечала тот факт, что «в нескончаемом потоке неологизмов сложные слова, пожалуй, занимают ведущее место, столь интенсивный поток сложных слов можно объяснить тем, что они в большей мере отвечают номинативным и коммуникативным задачам за счёт компрессивности форм, ясности семантики и лёгкости её восприятия, а также экспрессивно-эмоциональных характеристик» [7, с. 259]. Самыми частотными способами компрессионного словопроизводства стали универбация и такие неузусуальные способы, как контаминация и междусловное наложение.

Термин «контаминация» используется в лингвистике в различных значениях. Учёные выделяют это явление на разных уровнях языка. Обобщив имеющиеся подходы к данному понятию, Л.Г. Ефанова даёт следующее определение: «Контаминация – универсальный для разных языков и их единиц, обладающих структурной организацией (слов,

словоформ, фразеологизмов, синтаксических конструкций, морфологических парадигм), принцип взаимодействия друг с другом единиц одного системного уровня вследствие исторических изменений в языке, а также в результате ошибочного употребления или сознательного преобразования исходных единиц с целью языковой игры или создания стилистического приёма. Результатом контаминации является создание комбинированной языковой или речевой единицы – контаминанта» [8, с. 8-9].

Учёный выделяет 8 разновидностей контаминации: лексическое наложение, фразеологическое наложение, морфологическое наложение, синтаксическое наложение, лексическое скрещивание, фразеологическое скрещивание, морфологическое скрещивание и синтаксическое скрещивание [8, с. 9-11]. При анализе «вирусных» неологизмов (термин В.Е. Замальдинова [9]) мы обнаружили два вида контаминантов: контаминанты, полученные путём лексического наложения (наложение двух слов, имеющих одинаковые звуки или комплексы звуков), и контаминанты, полученные путём лексического скрещивания (соединение начальной части одного слова и конечной части другого слова). В первую группу вошли слова *ковидиот* (ковид + идиот), *ковидео* (ковид + видео), *карантини* (карантин + мартини), *ковидор* (ковид + коридор: «коридор в медучреждении, заполненный больными коронавирусом из-за нехватки палат» [6, с. 51]), во вторую – *карантикулы* (карантин + каникулы), *ковикулы* (ковид + каникулы), *короноя* (корона(вирус) + параноя), *инфодемия* (информация + пандемия).

Однако чаще всего лингвисты понимают под контаминацией только ту разновидность, которая Л.Г. Ефановой названа лексическим скрещиванием. Другой же вариант, лексическое наложение, учёные называют способом междусловное наложение (Е.А. Земская [10], В.Е. Замальднов [1] и др.).

Всего нами было обнаружено 140 неологизмов, построенных способом контаминации. Особое внимание следует обратить на тот момент, что ряд контаминантов несут ярко выраженную эмоциональную окраску, чаще всего они имеют разговорно-сниженный характер и содержат в себе сему иронии.

Например, *домосек* (домосед + гомосек), *вжоперти* (в жопе + взаперти), *ковигист* (ковид + пофигист), *ковидаст* (ковид + педераст) и др. Но чаще всего такие новообразования имеют шуточный характер: *гречник* (гречка + грешник), *диванстрация* (диван + демонстрация), *карантиголик* (карантин + трудоголик).

Отметим, что контаминация и междусловное наложение приобрели необычайную активность в эпоху карантина не только в русском языке. Об этом свидетельствует высокая частотность употребления таких новообразований в англоязычном медийном пространстве. Как отмечает Е.А. Редкозубова, «COVID-контаминанты английского языка отражают самые разные стороны человеческого существования в эпоху пандемии: здесь и отчаяние (*coronapocalypse* = corona + apocalypse, *coronageddon* = corona + Armageddon), и, вероятно, призванные это отчаяние побороть спиртные напитки (*quarantini* = quarantine + martini и *coronarita* = corona + margarita) или просмотр видео- и интернет-рецепсов (*covideo* = covid + video, *quaranstream* = quarantine + stream), и разлад в отношениях (*covidivorce* = covid + divorce)» [11, с. 195].

Многие из контаминантов английского языка перешли и достаточно прочно обосновались в русском языке (например, *covidiot* – *ковидиот*, *quarantini* – *карантини*, *covideo* – *ковидео* и др.).

В.В. Сибул, А.В. Кукова в статье “Communication during coronavirus: functioning of euphemisms in media coverage” (Общение в эпоху коронавируса: функционирование эвфемизмов в медиадискурсе) говорят о том, что одним из способов отражения социальной реальности являются эвфемизмы. По мнению учёных, эвфемизмы эпохи пандемии коронавируса можно разделить на три группы: 1) название болезни и связанных с ней социальных процессов; 2) слова, которые носители языка используют для выражения собственных эмоций и переживаний по поводу происходящих в данный момент событий и связанного с ними поведения человека; 3) слова, обозначающие всё, что связано с коронавирусной инфекцией [12, с. 52-53]. Основу каждой из выделенных групп составляют неологизмы, образованные способами контаминации и междусловного наложения.

Ещё одним способом словообразования, основанным на компрессии языковых единиц, является универбация. Данный способ стал одним из продуктивных способов словопроизводства в XXI веке, так как он отражает закон экономии речевых усилий. Напомним, что универбация – способ словообразования, когда дериватом выступает словосочетание, первый компонент которого (чаще всего усеченная основа) в сочетании с суффиксом образует новое слово (второй компонент словосочетания в словопроизводстве не участвует). Как отмечает Л.В. Копоть, «универбы образованы непосредственно в устной речи в силу целого ряда языковых факторов, способствующих стягиванию слов и словосочетаний в более экономичные формы» [13, с. 49].

Универбаты, вошедшие в русский язык в эпоху ковид, немногочисленны (около 10). Однако частотность их употребления настолько высока, что на них стоит остановить отдельное внимание. Так, слова *дистанционка* (дистанционное обучение), *удалёнка* (удалённая работа) прочно вошли в язык и, по видимому, будут жить в нём и после окончания пандемии. Образованные по классической модели (усечение части первого компонента и полностью второго компонента + суффикс -к), характерной для речи молодёжи (по аналогии с универбатами *зачётка*, *читалка*, *художка*), они стали употребляться всеми людьми, независимо от возраста и социальной принадлежности.

В медийном пространстве появился также синоним-универбат *удалёнушка* (*сестрица Удалёнушка и братец Диванушка*). Однако он не получил такой популярности, как его синонимичный вариант *удалёнка*. Синонимичную пару приобрёл и универбат *дистанционка*. Более короткий вариант *дистант* (с нулевым суффиксом) приобрёл оттенок официальности. Поэтому чаще всего он употребляется в речи представителей органов власти, образования.

В разговорной речи в течение многих лет существовал универбат *туалетка*, образованный от словосочетания «туалетная вода». В эпоху пандемии появился омонимичный вариант, производящей основой которого выступило словосочетание «туалетная бумага».

Интерес также представляет и словообразовательный неологизм *изоляциянка*, образованный от сложного слова *самоизоляция*. В отличие от предыдущих примеров здесь мы наблюдаем усечение первого (а не второго) компонента сложного слова и добавление к нему суффикса -онк. На наш взгляд, данный неологизм образован разновидностью универбации, не типичной в настоящий момент для русского языка.

В заключение нашей работы остановимся на неологизмах, встречающихся в письменном тексте (чаще всего это посты в социальных сетях, а также тексты газетных и журнальных статей). Речь идёт о словах, образованных способом графогибридизации, под которым Ж.В. Иванова понимает «одновременное использование кириллицы и латиницы» [14, с. 193]. Среди них слова *covidный*, *covidарность*, *razootный*, *bezoотие* и др. Производящими основами указанных неологизмов являются основы -covid- и -zoom-, сохраняющие свое первоначальное написание на латинице: «Ценность доверия как **beZootно** важный урок пандемии» ([https://twitter/*](https://twitter.com/04.03.2022) (04.03.2022 Роскомнадзор заявил о блокировке Twitter на территории Российской Федерации)); «Выпускное **beZOOMие**: как коронавирус превратил жизнь 11-классников в ад» ([https://twitter/*](https://twitter.com/04.03.2022) (04.03.2022 Роскомнадзор заявил о блокировке Twitter на территории Российской Федерации)); «**PaZOOMные** альтернативы: чем можно заменить популярный сервис и обеспечить безопасную связь?» ([https://vk.com](https://vk.com/04.03.2022)); «**COVIDарность**. В условиях самоизоляции петербуржцы читают детям сказки по телефону, общаются в онлайн-барах и развозят старикам бесплатную еду» (Новая газета, 25.03.2020) и др. Данный способ не получил широкого распространения в языке в силу того, что использование латиницы ограничивается только двумя производящими основами: *covid* и *zoom*. Однако журналисты любят использовать этот приём (в основном в заголовках), так как подобные неологизмы вызывают интерес и внимание со стороны читателей.

ВЫВОДЫ

Пандемия коронавируса привела к обогащению словарного состава русского языка

новыми лексемами и их производными. Наиболее частотными производящими основами стали неологизмы *covid*, *коронавирус*, *зоом*. Словообразовательные неологизмы, обнаруженные нами в медийном пространстве, были образованы как узуальными, так и незузальными способами. Среди узуальных способов наиболее частотными являются суффиксальный способ и способ осново- и словосложения.

Большую часть словообразовательных неологизмов в русскоязычном сегменте масс-медиа составили слова, образованные такими незузальными способами, как контаминация, междусловное наложение и графоглибризация. Часть контаминантов появилась в русском языке в готовом виде как заимствование из английского языка. Речь идёт о таких новообразованиях, как *ковидео*, *ковиди-*

от, *инфодемия*. Основная же часть неологизмов, образованных путём контаминации и междусловного наложения, включала в себя русские производящие основы. Благодаря соединению в одно слово они приобрели новое значение, передающее шутливое, ироничное отношение к называемой ситуации (*гречник*, *диванстрация*).

Высокая частотность употребления компрессионных способов словообразования свидетельствует об общей тенденции, происходящей в русском языке в XXI веке: стремление к уменьшению слов, лексических единиц, предложений. Разновидностью словообразовательной компрессии являются и унтербаты. Их количество в русском языке невелико, однако частотность использования таких неологизмов в медийном пространстве очень высока.

Список источников

1. Замальдинов В.Е. Новообразования как отражение современной эпидемической обстановки в мире // Русский язык в школе. 2020. Т. 81. № 5. С. 55-60.
2. Надин Д.А. Медийные новообразования в эпоху пандемии коронавируса // Новые горизонты русистики. 2021. № 13. С. 96-102.
3. Северская О.И. Ковидиоты на карантинках: коронавирусный словарь как диагностическое поле актуальных дискурсивных практик // Коммуникативные исследования. 2020. Т. 7. № 4. С. 887-906.
4. Кронгауз М.А. Screenlife в эпоху карантина // Коммуникативные исследования. 2020. Т. 7. № 4. С. 735-744.
5. Лохов С.Н. Словообразование, склонение и написание неологизмов эпохи пандемии COVID-19 // Лингвистика и лингводидактика в свете современных научных парадигм: сб. науч. тр. Вып. 4 / отв. ред. А.В. Федорюк. Иркутск: Аспринт, 2021. С. 106-114.
6. Голованова Е.И., Маджаева С.И. О словаре эпохи пандемии коронавируса // Вестник Челябинского государственного университета. Филологические науки. 2020. Вып. 121. С. 48-55.
7. Янко-Триницкая Н.А. Словообразование в современном русском языке. М.: Индрик, 2001. 504 с.
8. Ефанова Л.Г. Контаминация. Часть 2. Основные разновидности контаминации // Вестник Томского государственного университета. Филология. 2016. № 1 (39). С. 5-14.
9. Замальдинов В.Е. «Вирусные» новообразования в современной медиакommunikации // Русская речь. 2020. № 4. С. 19-27.
10. Земская Е.А. Словообразование как деятельность. М.: Наука, 1992. 224 с.
11. Редкозубова Е.А. Covid-лексика: этимологический и словообразовательный аспекты (на материале русского, английского и немецкого языков) // Гуманитарные и социальные науки. 2020. № 4. С. 193-200.
12. Сибул В.В., Куксова А.В. Communication during Coronavirus: Functioning of Euphemisms in Media Coverage // Вопросы прикладной лингвистики. 2021. Вып. 41. С. 47-65.
13. Копоть Л.В. Универбация как явление словообразования с точки зрения социолингвистики // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение. 2007. № 2. С. 47-51.
14. Иванова Ж.В. Графоглибризация как разновидность графической игры (на материале языка СМИ начала XXI века) // Языковая система и речевая деятельность: лингвокультурологический и прагматический аспекты. Ростов н/Д.: НМЦ «Логос», 2007. Вып. 1. С. 190-194.

References

1. Zamaldinov V.E. Novoobrazovaniya kak otrazheniye sovremennoy epidemicheskoy obstanovki v mire [Innovations as a reflection of the current epidemic situation in the world]. *Russkiy yazyk v shkole – Russian Language at School*, 2020, vol. 81, no. 5, pp. 55-60. (In Russian).

2. Nadin D.A. Mediynnye novoobrazovaniya v epokhu pandemii koronavirusa [Media innovations in the era of the coronavirus pandemic]. *Novyye gorizonty rusistiki* [New Horizons of Russian Studies], 2021, no. 13, pp. 96-102. (In Russian).
3. Severskaya O.I. Kovidioty na karantikulakh: koronavirusnyy slovar' kak diagnosticheskoye pole aktual'nykh diskursivnykh praktik [Covidioty on coronation: coronaviral lexicon as a diagnostic field for actual discursive practices]. *Kommunikativnyye issledovaniya – Communication Studies*, 2020, vol. 7, no. 4, pp. 887-906. (In Russian).
4. Krongauz M.A. Screenlife v epokhu karantina [Screenlife in the age of coronavirus lockdown]. *Kommunikativnyye issledovaniya – Communication Studies*, 2020, vol. 7, no. 4, pp. 735-744. (In Russian).
5. Lokhov S.N. Slovoobrazovaniye, skloneniye i napisaniye neologizmov epokhi pandemii COVID-19 [Word formation, declension and writing neologisms of the era of the COVID-19 pandemic]. *Lingvistika i lingvodidaktika v svete sovremennykh nauchnykh paradigmat. Vyp. 4* [Linguistics and Linguodidactics in the Light of Modern Scientific Paradigms. Issue 4]. Irkutsk, Asprint Publ., 2021, pp. 106-114. (In Russian).
6. Golovanova E.I., Madzhayeva S.I. O slovare epokhi pandemii koronavirusa [About the Coronavirus Pandemic Era dictionary]. *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologicheskiye nauki* [Bulletin of Chelyabinsk State University. Philology], 2020, no. 121, pp. 48-55. (In Russian).
7. Yanko-Trinititskaya N.A. Slovoobrazovaniye v sovremennoy russkom yazyke [Word Formation in Modern Russian]. Moscow, Indrik Publ., 2001, 504 p. (In Russian).
8. Efanova L.G. Kontaminatsiya. Chast' 2. Osnovnyye raznovidnosti kontaminatsii [Blending. Part 2. Main varieties of blending]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya – Tomsk State University Journal of Philology*, 2016, no. 1 (39), pp. 5-14. (In Russian).
9. Zamaldinov V.E. «Virusnyye» novoobrazovaniya v sovremennoy mediakommunikatsii [“Viral” innovations in modern media communication]. *Russkaya rech' – Russian Speech*, 2020, no. 4, pp. 19-27. (In Russian).
10. Zemskaya E.A. Slovoobrazovaniye kak deyatel'nost' [Word Formation as an Activity]. Moscow, Nauka Publ., 1992, 224 p. (In Russian).
11. Redkozubova E.A. Covid-leksika: etimologicheskii i slovoobrazovatel'nyy aspekty (na materiale russkogo, angliyskogo i nemetskogo yazykov) [COVID-vocabulary: Etymology and word-formation (based on Russian, English, German)]. *Gumanitarnyye i sotsial'nyye nauki – The Humanities and Social Sciences*, 2020, no. 4, pp. 193-200.
12. Sibul V.V., Kuksova A.V. Communication during coronavirus: functioning of euphemisms in media coverage. *Voprosy prikladnoy lingvistiki – Issues of Applied Linguistics*, 2021, no. 41, pp. 47-65. (In Russian).
13. Kopot L.V. Univerbatsiya kak yavleniye slovoobrazovaniya s tochki zreniya sotsiolingvistiki [Univerbation as a phenomenon of word formation from the point of view of sociolinguistics]. *Vestnik Adygeyskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 2: Filologiya i iskusstvovedeniye – The Bulletin of Adyge State University. Series 2: Philology and Art History*, 2007, no. 2, pp. 47-51. (In Russian).
14. Ivanova Z.V. Grafogibridizatsiya kak raznovidnost' graficheskoy igry (na materiale yazyka SMI nachala XXI veka) [Graphohybridization as a kind of graphic game (based on the language of the media at the beginning of the 21st century)]. *Yazykovaya sistema i rechevaya deyatel'nost': lingvokul'turologicheskii i pragmaticheskii aspekty* [Language System and Speech Activity: Linguoculturological and Pragmatic Aspects]. Rostov-on-Don, Scientific and Methodological Center “Logos” Publ., 2007, issue 1, pp. 190-194. (In Russian).

* 04.03.2022 Роскомнадзор заявил о блокировке Twitter на территории Российской Федерации.

Информация об авторе

Завадская Анастасия Викторовна, кандидат филологических наук, доцент, заведующий кафедрой русского языка, Оренбургский государственный медицинский университет, г. Оренбург, Российская Федерация, ORCID: [0000-0002-2760-0394](https://orcid.org/0000-0002-2760-0394), a.v.zavadskaya@gmail.com

Вклад в статью: общая концепция статьи, сбор и анализ материала и источников, написание и оформление текста статьи.

Статья поступила в редакцию 18.02.2022
Одобрена после рецензирования и доработки 07.04.2022
Принята к публикации 21.04.2022

Information about the author

Anastasiya V. Zavadskaya, Candidate of Philology, Associate Professor, Head of Russian Language Department, Orenburg State Medical University, Orenburg, Russian Federation, ORCID: [0000-0002-2760-0394](https://orcid.org/0000-0002-2760-0394), a.v.zavadskaya@gmail.com

Contribution: main study conception, sources and material acquisition and analysis, manuscript text drafting and design.

The article was submitted 18.02.2022
Approved after reviewing and revision 07.04.2022
Accepted for publication 21.04.2022

Неофилология

Neofilologiya = Neophilology

ISSN 2587-6953 (Print)

<http://journals.tsutmb.ru/neophilology/>

ISSN 2782-5868 (Online)

Перечень ВАК, РИНЦ, DOAJ, Ulrich's Periodicals Directory, EBSCO, ResearchBib, CrossRef, НЭБ «eLIBRARY.RU», ЭБ «КиберЛенинка»

ЯЗЫКИ НАРОДОВ ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАН
(ГЕРМАНСКИЕ ЯЗЫКИ)
LANGUAGES OF PEOPLES OF FOREIGN COUNTRIES
(GERMANIC LANGUAGES)

НАУЧНАЯ СТАТЬЯ

УДК 811.112.2

DOI 10.20310/2587-6953-2022-8-2-295-302

**Репрезентация концепта «Деятель»
в переводе произведения Антуана де Сент-Экзюпери
«Маленький принц» на немецкий язык**

Наталья Болатовна ЕРШОВА

ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный университет им. Г.Р. Державина»
392000, Российская Федерация, г. Тамбов, ул. Интернациональная, 33

✉ nat23031976@yandex.ru

Аннотация. Цель исследования – определить языковые средства в смысловой реализации концепта «Деятель» в переводе произведения Антуана де Сент-Экзюпери «Маленький принц» на материале современного немецкого языка. Рассмотрена сказка А. де Сент-Экзюпери «Маленький принц» как особый литературный жанр. Основное внимание уделяется описанию средств репрезентации концепта «Деятель» на материале немецкого и французского языков. Научная новизна работы заключается в том, что впервые выделены герои, которые представлены в произведении как деятели, выявлены средства их репрезентации, подтверждена их принадлежность к концепту «Деятель». В результате исследования были изучены особенности репрезентации концепта «Деятель» в переводе сказки А. де Сент-Экзюпери «Маленький принц» на немецкий язык, а также проведено сравнение особенностей репрезентации изучаемого концепта в языке-оригинале. Сделан вывод, что концепт «Деятель» репрезентируется посредством использования аналогичных конструкций при описании трёх выбранных для исследования персонажей. Определены перспективы дальнейшего исследования проблемы, а именно, выявление особенностей средств лексической репрезентации концептов в произведении А. де Сент-Экзюпери «Маленький принц» на материале немецкого и французских языков.

Ключевые слова: деятель, интерпретация, концепт, литературная сказка, репрезентация

Для цитирования: Ершова Н.Б. Репрезентация концепта «Деятель» в переводе произведения Антуана де Сент-Экзюпери «Маленький принц» на немецкий язык // Неофилология. 2022. Т. 8, № 2. С. 295-302. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2022-8-2-295-302>



Материалы статьи доступны по лицензии [Creative Commons Attribution \(«Атрибуция»\) 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) Всемирная



Representation of the concept “Doer” in the translation of Antoine de Saint-Exupéry’s “The Little Prince” into German

Natalia B. ERSHOVA

Derzhavin Tambov State University
33 Internatsionalnaya St., Tambov 392000, Russian Federation
✉ nat23031976@yandex.ru

Abstract. The purpose of the study is to determine the language means in the semantic implementation of the concept “Doer” in the translation of Antoine de Saint-Exupéry’s “The Little Prince” on the material of the modern German language. We consider Antoine de Saint-Exupéry’s fairy tale “The Little Prince” as a special literary genre. The main attention is paid to the description of the means of representation of the concept “Doer” on the material of German, French. The scientific novelty of the work lies in the fact that for the first time the heroes who are presented in the work as figures are singled out, the means of their representation are identified, their belonging to the concept “Doer” is confirmed. As a result of the study, the features of the representation of the concept “Doer” in the translation of the fairy tale “The Little Prince” by A. de Saint-Exupéry into German are studied, and a comparison is made of the features of the representation of the concept under study in the original language. We conclude that the concept of “Doer” is represented by using similar constructions in the description of the three characters selected for the study. We determine the prospects for further study of the problem, namely, identifying the features of the means of lexical representation of concepts in the work of A. de Saint-Exupéry “The Little Prince” on the material of German and French.

Keywords: doer, interpretation, concept, literary fairy tale, representation

For citation: Ershova N.B. Reprezentatsiya kontsepta «Deyatel» v perevode proizvedeniya Antuana de Sent-Ekzyuperi «Malen’kiy prints» na nemetskiy yazyk [Representation of the concept “Doer” in the translation of Antoine de Saint-Exupéry’s “The Little Prince” into German]. *Neofilologiya – Neophilology*, 2022, vol. 8, no. 2, pp. 295-302. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2022-8-2-295-302> (In Russian, Abstr. in Engl.)



This article is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



ВВЕДЕНИЕ

Интерес к изучению концептов и их презентации в языке обусловлен, в первую очередь, существованием различных подходов к определению понятия «концепт». В современном языкознании нет единственного, общего для всех толкования концепта. Во-вторых, дискуссионными являются вопросы строения, классификации и типологии концептов, их отношений с языковыми единицами. В-третьих, произведение Антуана де Сент-Экзюпери «Маленький принц» в настоящей работе рассматривается как литера-

турная сказка, в переводе на немецкий язык. Актуальность работы обусловлена интересом современной лингвистической науки к изучению картины мира как способа отражения действительности в художественных произведениях зарубежных авторов, а также проблемой взаимоотношения языка и культуры. В когнитивной лингвистике разработаны различные методы анализа концептуальной структуры художественного текста (см., например, [1]).

Сказка как особая разновидность фольклорного жанра, которая реализуется при помощи комплекса специфических языковых

средств, недостаточно исследована в рамках когнитивной лингвистики, так как традиционно сказка как жанр и особый вид текста изучалась и анализировалась, в основном, в рамках литературоведения.

ТЕОРЕТИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ

В соответствии с поставленной целью исследования, а именно, определение языковых средств в смысловой реализации концепта «Деятель» в переводе произведения Антуана де Сент-Экзюпери «Маленький принц» на материале современного немецкого языка, были сформулированы следующие задачи: рассмотрение произведения Антуана де Сент-Экзюпери «Маленький принц» с точки зрения его жанрового своеобразия; выявление отличительных черт литературной сказки от иных разновидностей сказок, изучение концепта «Деятель» с учётом особенностей его репрезентации в переводе на немецкий язык. Использованы такие методы лингвистического исследования, как метод интерпретации текста, метод стилистического анализа и описательный метод, метод сплошной выборки.

Теоретической базой исследования послужили публикации отечественных и зарубежных лингвистов: С.Г. Воркачёва (проблемы лингвоконцептологии) [1], Е.С. Кубряковой (концептуализация) [2], В.А. Масловой (лингвокультурология) [3], Л.Г. Бабенко и Ю.В. Казарина [4], А.Б. Ботниковой (жанровая специфика романтической сказки)¹, В.Я. Проппа (описание структуры, сюжетов, классификация народно-сказочных текстов) [5; 6], Ю.С. Степанова (методы и принципы современной лингвистики) [7], П. Айзенберг (искусственный интеллект, грамматика немецкого языка) [8].

Практическая значимость исследования заключается в том, что рассмотренный материал может быть использован в практике преподавания немецкого языка, в частности, в курсах по теории основного иностранного

языка, лексикологии и стилистике современного немецкого языка, при составлении учебно-методических пособий, написании курсовых и выпускных квалификационных работ.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

В настоящем исследовании мы придерживаемся точки зрения С.Г. Воркачёва, который определяет концепт как единицу коллективного знания, которая имеет языковое выражение и содержит элементы этнокультурной специфики [1, с. 51]. Отметим, что сегодня прослеживается интерес исследователей к различным видам концептов и их репрезентации в художественной литературе. Сказка как особый литературный жанр не является исключением. Сегодня (в период пандемии и ограничительных мер во всём мире) сказка становится не только жанром детской литературы, поскольку рассчитана на восприятие её детской аудиторией, но и литературой для взрослых. В период, когда взрослые стали проводить больше времени со своими детьми и должны организовывать их досуг, сказка играет не только информационную, развлекательную, развивающую и поучительную роль, но является элементом воздействия и создания благоприятной атмосферы совместного пребывания людей разных возрастов.

Сказка транслируется в устной форме популярными артистами через информационные каналы сети Интернет, социальные страницы. Нами было проведено анкетирование среди студентов из числа молодых родителей, которым было предложено ответить на вопрос: Какую художественную литературу они выбирали для организации досуга детей в период карантина? Более 70 % респондентов ответили, что в период карантина слушали со своими детьми разные сказки или читали их самостоятельно. Это побудило нас выбрать сказку как особый литературный жанр и проследить, каким образом концепт «Деятель» репрезентируется в языке.

Произведение А. де Сент-Экзюпери «Маленький принц» относится к шедеврам мировой литературы. История, которая описана автором в период посадки А. де Сент-Экзюпери и его механика Прево в пустыне, содержит интересные сюжетные линии. С од-

¹ Ботникова А.Б. Немецкий романтизм – диалог художественных форм. О жанровой специфике немецкой романтической сказки. URL: <http://19v-euro-lit.niv.ru/19v-euro-lit/botnikova-nemeckij-romantizm/o-zhanrovoj-specifike-nemeckoj-romanticheskoy-skazki.htm> (дата обращения: 08.10.2021).

ной стороны, это поиски воды изнемогающими от жажды лётчиками, их физические страдания и удивительное спасение; с другой – глубокие философские рассуждения о важных ценностях путём иносказания, посредством различных лексических средств, стилистических приёмов. В произведении раскрываются проблемы добра и зла, жизни и смерти, человеческого бытия, истинной любви, нравственной красоты, дружбы, бесконечного одиночества, взаимоотношения личности и толпы и мн. др. Прежде чем мы перейдем к анализу выделенного нами концепта, хотелось бы определить значение термина «сказка».

Существует большое количество определений термина «сказка», но в целом отечественные и зарубежные учёные дают аналогичные толкования сказке. В настоящем исследовании мы придерживаемся определения «сказка», которое зафиксировано в орфографическом словаре Duden.

*Märchen ist im Volk überlieferte Erzählung, in der übernatürliche Kräfte und Gestalten in das Leben der Menschen eingreifen und meist am Ende die Guten belohnt und die Bösen bestraft werden*².

Сказка – это традиционный народный рассказ, в котором сверхъестественные силы и фигуры вмешиваются в жизнь людей и обычно в конце хорошие вознаграждаются, а злые наказываются. (Здесь и далее перевод выполнен автором статьи. – Н. Е.).

Итак, сказкой можно назвать различные виды народной прозы, как устной, так и письменной, которые имеют своё содержание, свою тематику, свою систему образов, свой язык и различаются особенностями композиции. Сказки подразделяются на народные и литературные. Различие состоит в том, что народная сказка представляет собой классический элемент фольклора, имеет всегда счастливый конец, а литературная сказка приобретает такие характерные особенности, как разнообразие форм повествования, достаточный большой объём, завершение может не иметь счастливой концовки, сюжет не ограничен набором каких-либо мотивов и др.

² Duden K. Wörterbuch der deutschen Sprache. URL: https://www.duden.de/rechtschreibung/Märchen_Erzählung_Geschichte_Luege (abrufen: 08.10.2021).

Мы понимаем литературную сказку как авторское прозаическое произведение, которое основано на фольклоре, либо придуманное писателем фантастическое произведение, волшебные или нереальные приключения, где волшебство или чудо играет сюжетобразующую функцию, благодаря которой мы можем охарактеризовать героев.

Отметим, что сегодня существует много исследований, в которых произведение А. де Сент-Экзюпери «Маленький принц» определяют и как философскую сказку, и как сказку-притчу, детскую сказку и т. д. В рамках настоящего исследования мы предприняли попытку показать отличительные черты литературной сказки от иных разновидностей сказок. Это дало нам основание отнести исследуемое нами произведение к литературной сказке для указания особенностей повествования и его жанрового своеобразия. Более детальное изучение типологии сказок может представлять интерес для дальнейшего исследования.

Мы выделяем следующие отличительные черты повествования в произведении, которые позволяют нам отнести его к литературной сказке:

- повествование в форме сказочного рассказа;
- включённость реалий настоящего;
- текст лаконичен (рассказчик не может вносить свои вариации, множество интерпретаций);
- имеет определённый объём и последовательность событий (многоходовое произведение);
- образ главного героя индивидуализирован;
- использование диалогического дискурса (беседа главного героя с другими персонажами);
- употребление разнообразных средств для выражения эмоций;
- выражения повторяющихся рассуждений (мыслей вслух главного героя);
- поясняющие слова автора;
- темпоральность (привязка к определённому периоду времени и событиям);
- посвящение сказки конкретному лицу;
- скрытый смысл высказывания;
- ирония, сарказм.

Приступая к анализу концепта «Деятель», мы считаем необходимым, во-первых, обратиться сначала к его этимологии с целью выявления внутренней формы; во-вторых, к фрагментам текста и тем лексическим единицам, которые, так или иначе, связаны с интересующим нас концептом; в-третьих, проанализировать средства лексической репрезентации концепта «Деятель» в немецком и французском языках, поскольку для исследований подобного рода интересным представляется набор лексических средств, используемых автором произведения. Имя существительное *der Tatzmensch* (согласно словарю Duden) в полной мере определяет концепт «Деятель», для которого характерно наличие у человека таких качеств, как склонность к быстрым, решительным действиям (*jemand, der zu raschem, entschlossenem Handeln neigt*)³.

Нами были выделены персонажи, для которых характерны черты, указанные выше, а именно, «король», «деловой человек», «географ».

Король предстаёт перед нами одетым в пурпур и горностаи, что сразу наполняет образ могущественного короля как властелина. Автор практически с первых строк использует Imperativ: *Ah! Sieh da, ein Untertan*⁴. При обращении короля к герою, чтобы показать превосходство короля над другими, в языке-оригинале мы наблюдаем идентичную императивную конструкцию: *Ah! Voilà un sujet*⁵. (*Ах! Посмотри-ка, подданный!*). Позиция короля о мире интерпретируется читателем примитивно, на что указывает предложение *Alle Menschen sind Untertanen*⁶. *Tous les hommes sont des sujets*⁷. (*Все люди являются подданными*). Следует отметить, что во всех исследуемых языках при выражении позиции короля автор использует имена существительные во множественном числе. Слова ав-

тора демонстрируют степень самолюбования короля самим собой:

...sagte der König und war ganz stolz, dass er endlich für jemanden König war⁸; ...dit le roi qui était tout fier d'être roi pour quelqu'un⁹; (...сказал король и был совершенно горд, что он, наконец, для кого-то король).

Диалог короля и Маленького принца наполнен прямой речью. Многократное употребление королём глагола *befehlen* в немецком языке, *ordonne* во французском указывает на его превосходство перед другими людьми. Автор вводит слова Маленького принца о том, что он устал зевать, и мы видим молниеносную реакцию короля: *Hm, hm! ...Also dann... befehle ich dir, bald zu gähnen und...*¹⁰. *Hum! Hum... i Alors je ... je t'ordonne tantôt de bâiller et tantôt de...*¹¹. (*Хм! Итак, ...я приказываю тебе зевать...*).

Рассуждение о том, что для короля самое важное, чтобы ему повиновались его подданные беспрекословно, и что непокорство он бы не потерпел, повествует о непринятии возражения между монархом и подданным. Король, если он разумен, способен к проявлению позитивных чувств и намерений, но субординация является первостепенной. Это проявляется в ответе короля на просьбу нашего героя присесть: *Ich befehle dir, dich zu setzen*¹². *Je t'ordonne de t'asseoir*¹³. (*Я приказываю тебе, садись!*).

Король постоянно задавал себе вопрос: если его приказы неисполнимы, то кто будет в этом виноват? (*Он или я?*). Поэтому он отдавал, на его взгляд, только разумные приказания. Автор показывает нам такого короля, который, с одной стороны, самолюбив; с другой – ответственен за всё, что ему принадлежит. Это прослеживается при объяснении королём Маленькому принцу того факта, что себя судить сложнее, чем других, а в том случае, если ты сможешь это сделать, означает, что ты мудрый. В этом случае можно говорить о том, что власть тоже должна быть разумной. Образ крысы, которую мог судить Маленький принц при его желании, указыва-

³ Duden K. Wörterbuch der deutschen Sprache. URL: https://www.duden.de/rechtschreibung/Marchen_Erzählung_Geschichte_Luege (abrufen: 08.10.2021).

⁴ Exupéry A. de Saint. Der Kleine Prinz. Mit Zeichnungen des Verfassers / Deutsche übertragen von Grete und Josef Leitgeb. Düsseldorf: Karl Rauch Verlag, 2018. S. 34.

⁵ Exupéry A. de Saint. Le Petit Prince. P. 23. URL: <https://frenchblog.ru/wp-content/uploads/2020/03/le-petit-prince.pdf> (accès: 08.10.2021).

⁶ Exupéry A. de Saint. Der Kleine Prinz. S. 35.

⁷ Exupéry A. de Saint. Le Petit Prince. P. 24.

⁸ Exupéry A. de Saint. Der Kleine Prinz. S. 35.

⁹ Exupéry A. de Saint. Le Petit Prince. P. 24.

¹⁰ Exupéry A. de Saint. Der Kleine Prinz. S. 39.

¹¹ Exupéry A. de Saint. Le Petit Prince. P. 24.

¹² Exupéry A. de Saint. Der Kleine Prinz. S. 36.

¹³ Exupéry A. de Saint. Le Petit Prince. P. 24.

ет на то, что порой распоряжения деятелей несправедливы.

Король предстаёт перед нами как деятель-руководитель, который наделён особыми полномочиями и имеет подчинённых, к которым он должен быть справедлив, разумен. Наличие власти способствует утрате этих важных качеств, именно поэтому в конце предстаёт перед нами крыса, которую можно без особых причин подвергнуть наказанию, но не самому серьёзному, так как крыса старая, а значит, служила долгое время королю. Целесообразно отметить, что использование повелительного наклонения, междометий, повторов, глаголов воздействия, восклицания, троеточия в немецком и французском языках позволяет отнести короля к репрезентанту изучаемого нами концепта.

Следующим героем, которого мы отнесли к концепту «Деятель», является деловой человек, смысл жизни которого был в том, что он вёл подсчет того, что он первый открыл. Интересна мысль автора о том, что для того, чтобы быть богатым, не обязательно владеть богатством, достаточно иметь что-то в наличии. Здесь уместно вспомнить роль числительных (их символичность в сказках велика). Особую популярность получили цифры: три (три задания должен выполнить герой, трижды нападает враг, три сына, три дочери); семь (за семью горами, семь гномов, некоторые вещи надо сделать в течение семи лет или семь раз); двенадцать (двенадцать братьев, двенадцать егерей, шесть лебедей). В анализируемой сказке мы видим уход от традиционного использования числительных.

Числительные, которые использует деловой человек при объяснении своей занятости, показывают нам на зависимость героя от цифр.

*Drei und zwei ist fünf. Fünf und sieben ist zwölf. Guten Tag. Fünfzehn und sieben ist zweiundzwanzig. Zweiundzwanzig und sechs ist achtundzwanzig...*¹⁴ *Trois et deux font cinq. Cinq et sept douze. Douze et trois quinze. Bonjour. Quinze et sept vingt-deux. Vingt-deux et six vingt-huit...*¹⁵ (Три плюс два – пять. Пять плюс шесть – двенадцать...).

¹⁴ Exupéry A. de Saint. Der Kleine Prinz. S. 43.

¹⁵ Exupéry A. de Saint. Le Petit Prince. P. 30.

При помощи приветственной реплики *Guten Tag!* в немецком языке, *Bonjour!* во французском языке (*Добрый день!*), введённой после употребления числительных при подсчёте, герой демонстрирует не только невежественное отношение, завуалированное занятостью, но и открывает нам суть человека, зависимого от цифр. Далее герой продолжает счёт, тем самым демонстрируя нейтральное отношение к окружающему.

*Fünfhundert Millionen wovon? Wie?... Fünfhundert Millionen von... Fünfhundert Millionen wovon?, Millionen wovon?*¹⁶; *Cinq cents millions de quoi?... Cinq cent millions de quoi...*¹⁷ (*Пятьсот миллионов чего? Как?... Пятьсот миллионов чего?... Пятьсот миллионов, чего? Миллионов чего?*). При помощи повторов вопросительных предложений и использования существительного *миллион* во множественном числе с предлогом как в немецком, так и во французском языках показано непонимание действия делового человека.

Посредством неоднократного использования глагола *besitzen* в немецком языке, *posséder* во французском языке деловой человек предстаёт перед нами как некий субъект, которому свойственно накопительство, главное значение – *владеть* (обладать).

*Wenn du einen Diamanten findest, der niemandem gehört, so ist er dein. Wenn du eine Insel findest, die niemandem gehört, so ist sie dein. Wenn du als Erster einen Einfall hast und du lässt ihn patentieren, so ist er dein. Und, ich, ich besitze die Sterne, da niemand vor mir daran gedacht hat, sie zu besitzen*¹⁸. *Bien sûr. Quand tu trouves un diamant qui n'est à personne, il est à toi. Quand tu trouves une île qui n'est à personne, elle est à toi. Quand tu as une idée le premier, tu la fais breveter: elle est à toi. Et moi je possède les étoiles, puisque jamais personne avant moi n'a songé à les posséder*¹⁹. (Если ты найдёшь алмаз, который никому не принадлежит, то он твой. Если ты найдёшь остров, который никому не принадлежит, то он твой. Если ты пришёл к идее первым, и ты смог её запатентовать, то она твоя. И я, я владею звёздами, так как никто до меня не думал владеть ими).

¹⁶ Exupéry A. de Saint. Der Kleine Prinz. S. 43.

¹⁷ Exupéry A. de Saint. Le Petit Prince. P. 24.

¹⁸ Exupéry A. de Saint. Der Kleine Prinz. S. 45.

¹⁹ Exupéry A. de Saint. Le Petit Prince. P. 32.

Отметим, что при помощи использования повторов вопросительных предложений, числительных, отрицательного местоимения, повторов глагола *обладать*, личного местоимения первого лица единственного числа образ делового человека, с одной стороны, мы не можем с полной уверенностью отнести к «Деятелю» как к созидателю; с другой – рассуждение о том, что если человек осуществляет действия, которые до него никто не выполнял, как например то, что деловой человек владеет звёздами и до него никто не пришёл к этой идее, характеризует его как деятеля.

Географа мы отнесли также к концепту «Деятель». В традиционном понимании географ – это учёный, который изучает разные аспекты географии как науки, владеет сводом определённых знаний и навыков. В произведении географ предстаёт перед нами совершенно в другом восприятии. На вопрос Маленького принца о том, кого можно считать географом, исследуемый персонаж отвечает, что географ – учёный, который знает, где находятся моря, штормы, города, горы и побережья. Далее на вопросы: *Gibt es da auch Ozeane? ...Und Berge? ...Und Städte und Flüsse und Wüsten?*²⁰; *Est-ce qu'il y a des océans? Et des montagnes? Et des villes et des fleuves et des déserts?*²¹; *(Есть также океаны? ...А горы есть? ...А города, реки, пустыни?)* следует один и тот же ответ: *Das kann ich nicht wissen (Это я не могу знать).*

Географ поясняет, что он не путешественник и не ведёт счёт горам, рекам, городам, морям, океанам и пустыням, что он важное лицо, он сидит в кабинете и записывает повествования путешественников. В том случае, если они излагают ему что-то интересное, то он наводит справки и проверяет их.

Слова автора раскрывают понимание функций персонажа и указывают на осуществление

определённых действий, что позволяет нам отнести географа к концепту «Деятель», поскольку он открывает регистрационную книгу, берёт карандаш и вносит рассказы исследователя (путешественника) карандашом.

ВЫВОДЫ

Обобщая все вышеизложенное, целесообразно сделать следующие выводы: произведение А. де Сент-Экзюпери «Маленький принц» следует отнести к литературной сказке как авторское прозаическое повествование, которое придумано писателем как фантастическое произведение, волшебное и нереальное приключение, в котором волшебство или чудо играет сюжетобразующую функцию; концепт «Деятель» в исследуемой сказке представлен достаточно широко; выбранных героев (король, деловой человек, географ) мы можем отнести к представителям разных сфер деятельности, с одной стороны; но с другой – наличие у них таких общих признаков, как принятие решений, возможность осуществлять самостоятельные действия дают основания отнести их к изучаемому концепту. Однако некоторые примеры свидетельствуют об утрате у них функции деятеля. Проведённое исследование показывает, что концепт «Деятель» репрезентируется посредством использования аналогичных конструкций при описании трёх выбранных нами персонажей как в немецком, так и во французском языках. Рамки статьи ограничивают нас в возможности комплексно изложить наши изыскания.

Перспективы дальнейшего исследования проблемы мы видим в изучении лексических средств репрезентации иных концептов, представленных в переводе произведения Антуана де Сент-Экзюпери «Маленький принц» на немецкий язык.

²⁰ Exupéry A. de Saint. Der Kleine Prinz. S. 52.

²¹ Exupéry A. de Saint. Le Petit Prince. P. 36.

Список источников

1. Воркачёв С.Г. Счастье как лингвокультурный концепт. М.: Гнозис, 2004. 236 с.
2. Кубрякова Е.С. Части речи с когнитивной точки зрения. М.: Ин-т яз-ния РАН, 1997. 314 с.
3. Маслова В.А. Лингвокультурология. М.: Академия, 2001. 203 с.
4. Бабенко Л.Г., Казарин Ю.В. Филологический анализ текста. Москва: Академический проект; Екатеринбург: Деловая книга, 2003. 400 с.

5. Пропп В.Я. Русская сказка. М.: Лабиринт, 2005. 415 с.
6. Пропп В.Я. Исторические корни волшебной сказки. М.: Лабиринт, 2000. 361с.
7. Степанов Ю.С. Методы и принципы современной лингвистики. М.: ЛИБРОКОМ, 2009. 312 с.
8. Eisenberg P. Grundriss der deutschen Grammatik. Bd. 2: Der Satz. Stuttgart; Weimar: Verlag J.B. Metzler, 2006. 310 S.

References

1. Vorkachev S.G. *Schast'ye kak lingvokul'turnyy kontsept* [Happiness as a Linguocultural Concept]. Moscow, Gnosis Publ., 2004, 236 p. (In Russian).
2. Kubryakova E.S. *Chasti rechi s kognitivnoy točki zreniya* [Parts of Speech from a Cognitive Point of View]. Moscow, Institute of Linguistics of the Russian Academy of Sciences Publ., 1997, 314 p. (In Russian).
3. Maslova V.A. *Lingvokul'turologiya* [Linguoculturology]. Moscow, Academia Publ., 2001, 203 p. (In Russian).
4. Babenko L.G., Kazarin Y.V. *Filologicheskiy analiz teksta* [Philological Text Analysis]. Moscow, Academic project Publ.; Yekaterinburg, Delovaya kniga Publ., 2003, 400 p. (In Russian).
5. Propp V.Y. *Russkaya skazka* [Russian Fairy Tale]. Moscow, Labirint Publ., 2005, 415 p. (In Russian).
6. Propp V.Y. *Istoricheskiye korni volshebnoy skazki* [The Historical Roots of a Fairy Tale]. Moscow, Labirint Publ., 2000, 361p. (In Russian).
7. Stepanov Y.S. *Metody i printsipy sovremennoy lingvistiki* [Methods and Principles of Modern Linguistics]. Moscow, LIBROKOM Publ., 2009, 312 p. (In Russian).
8. Eisenberg P. *Grundriss der deutschen Grammatik. Bd. 2: Der Satz*. Stuttgart, Weimar, Verlag J.B. Metzler, 2006, 310 S. (In German).

Информация об авторе

Ершова Наталья Болатовна, кандидат филологических наук, доцент кафедры зарубежной филологии и прикладной лингвистики, Тамбовский государственный университет им. Г.Р. Державина, г. Тамбов, Российская Федерация, ORCID: [0000-0002-2677-2370](https://orcid.org/0000-0002-2677-2370), nat23031976@yandex.ru

Вклад в статью: концепция исследования, идея, поиск и анализ научной литературы, анализ художественного текста, обработка и редактирование материала, написание и оформление статьи.

Статья поступила в редакцию 10.11.2021
Одобрена после рецензирования и доработки 27.01.2022
Принята к публикации 24.02.2022

Information about the author

Natalia B. Ershova, Candidate of Philology, Associate Professor of Foreign Philology and Applied Linguistics Department, Derzhavin Tambov State University, Tambov, Russian Federation, ORCID: [0000-0002-2677-2370](https://orcid.org/0000-0002-2677-2370), nat23031976@yandex.ru

Contribution: study concept, idea, scientific literature search and analysis, literary text analysis, material processing and editing, manuscript drafting and design.

The article was submitted 10.11.2021
Approved after reviewing and revision 27.01.2022
Accepted for publication 24.02.2022

Неофилология

Neofilologiya = Neophilology

ISSN 2587-6953 (Print)

<http://journals.tsutmb.ru/neophilology/>

ISSN 2782-5868 (Online)

Перечень ВАК, РИНЦ, DOAJ, Ulrich's Periodicals Directory, EBSCO, ResearchBib, CrossRef, НЭБ «eLIBRARY.RU», ЭБ «КиберЛенинка»

РУССКАЯ ЛИТЕРАТУРА И ЛИТЕРАТУРЫ НАРОДОВ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
RUSSIAN LITERATURE AND LITERATURE OF PEOPLES
OF RUSSIAN FEDERATION

НАУЧНАЯ СТАТЬЯ

УДК 821.161.1

DOI 10.20310/2587-6953-2022-8-2-303-311

**Взаимодействие принципов структурного построения
в романе «Идиот» Ф.М. Достоевского**

Анатолий Алексеевич СЕРЕБРЯКОВ, Дарья Романовна ЖЕЛЕЗНЯК ✉

ФГАОУ ВО «Северо-Кавказский федеральный университет»
355017, Российская Федерация, г. Ставрополь, ул. Пушкина, 1

✉ soul.darya@bk.ru

Аннотация. Рассмотрены особенности принципов структурного построения романа Ф.М. Достоевского «Идиот» и дан анализ каждого выявленного структурного принципа в отдельности. Цель работы – попытка ответить на вопрос, каким образом могут сосуществовать в пределах одного художественного целого дуализм, диалогичность, моноцентризм и «полифония» как структурообразующие компоненты текста. Актуальность такой постановки вопроса состоит в том, что изучение структуры романа «Идиот» зачастую происходит в контексте только одного из выделенных структурных принципов, что ограничивает целостное восприятие текста. Опираясь на структурный и герменевтический подходы, можно заключить, что все основные принципы структурного построения исследуемого романа определены особенностями художественной природы образа князя Мышкина, который, соответствуя общей дихотомичности романа, сам является амбивалентным и принципиально диалогичным; через данную разомкнутость к диалогу на уровне сюжетно-композиционного устройства текста реализуется моноцентрическое движение к фигуре Мышкина; но, начиная со второй части романа, полифонически неслиянные голоса-сознания других персонажей вытесняют «голос» князя, выявляя его имманентную «невоплотимость». Так, метапоэтика романа «Идиот» определяет особенности структурного построения текста, где «синтетичный» герой существует в особой романной структуре, которая представляет собой многомерное полиструктурное соединение, строящееся на принципах диалогичности, дуализма, моноцентризма и полифоничности.

Ключевые слова: структура текста, диалогизм, дуализм, моноцентризм, полифония, антропоцентризм

Для цитирования: Серебряков А.А., Железняк Д.Р. Взаимодействие принципов структурного построения в романе «Идиот» Ф.М. Достоевского // Неофилология. 2022. Т. 8, № 2. С. 303-311. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2022-8-2-303-311>



Материалы статьи доступны по лицензии [Creative Commons Attribution \(«Атрибуция»\) 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) Всемирная



The interaction of the structural construction principles in the F.M. Dostoevsky's novel "The Idiot"

Anatoliy A. SEREBRIAKOV, Daria R. ZHELEZNYAK ✉

North-Caucasus Federal University
1 Pushkina St., Stavropol 355017, Russian Federation
✉ soul.darya@bk.ru

Abstract. The peculiarities of the principles of structural construction of the novel "The Idiot" by F.M. Dostoevsky and the analysis of each identified structural principle separately are studied. The aim of the work is to attempt to answer the question of how dualism, dialogism, monocentrism and "polyphony" can coexist within one artistic whole as structure-forming elements of the text. The relevance of this approach is due to the fact that the study of the structure of the novel "The Idiot" often takes place in the context of one of the identified structural principles, which, in turn, limits the overall picture of the perception of the text. Based on the structural and hermeneutic approaches, we came to the following conclusions: all the main construction's principles of the novel are determined by the peculiarities of the image of Prince Myshkin, who in corresponding to the general dichotomous nature of "The Idiot", is himself ambivalent and fundamentally dialogical; through the openness to the dialogue at the level of plot and composition of the text, a monocentric movement towards the figure of Myshkin is implemented; but starting from the second part of the novel, the polyphonic non-fusion voices-consciousness of other characters supplant the "voice" of the prince, revealing his immanent "non-embodiment". Thus, the metapoetics of "The Idiot" determines the features of the structural construction of the text, where the "synthetic" hero exists in a special novel structure, which is a multidimensional polystructural combination based on the principles of dialogism, dualism, monocentrism and polyphonism.

Keywords: text structure, dialogism, dualism, monocentrism, polyphony, anthropocentrism

For citation: Serebriakov A.A., Zheleznyak D.R. Vzaimodeystviye printsipov strukturnogo postroyeniya v romane «Idiot» F.M. Dostoyevskogo [The interaction of the structural construction principles in the F.M. Dostoevsky's novel "The Idiot"]. *Neofilologiya – Neophilology*, 2022, vol. 8, no. 2, pp. 303-311. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2022-8-2-303-311> (In Russian, Abstr. in Engl.)



This article is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



ВВЕДЕНИЕ

«Вихревая антропология» Достоевского, определяющая диалектику внутренней жизни его персонажей, работает и на уровне структуры романа «Идиот», в котором поиск нравственного основания достиг непреодолимой границы возможности человеческого воплощения, что отразилось на особой природе «положительно прекрасного» образа князя Мышкина. Структура романа базируется на взаимодействии следующих основных принципов: дуализма, диалогичности, моноцен-

тризма и полифонии. Полифония в романах Достоевского, как правило, рассматривается в свете основных положений бахтинской концепции «полифонического романа». Но для понимания художественно-философской специфики романа значимыми являются размышления и выводы следующих учёных: Г.М. Фридлендера, выделяющего, наряду с «многоголосием» романов Достоевского, наличие в них идейно насыщенного, концептуального внутреннего ядра, которое так или иначе определяет особенности художественной ткани произведений писателя [1, с. 121-

123]; К.А. Степаняна, глубокие наблюдения которого позволили по-новому осознать проблемность «полифонической теории» Бахтина [2, с. 123-166]. В понимании моноцентричности романа «Идиот» мы опираемся на традицию, заложенную Н.А. Бердяевым, К.В. Мочульским и И.Л. Альми, которые утвердили центристскость сюжетно-композиционного развёртывания данного текста [3, с. 341-342; 4, с. 302-303; 5, с. 436-439]. Дуализм как структурный принцип в романе рассматривается нами через общеструктурную дихотомичность текста, которую подробно обосновал А.Б. Криницын [6, с. 398-411]; а диалогичность романа и образа главного героя анализируется с опорой на работы таких учёных, как Т. Киносита [7, с. 56] и К.Г. Исупов [8, с. 223, 228], которые отметили принципиальный диалогизм «духа» Мышкина, постоянно ассимилирующегося с иными персонажами романа «Идиот».

ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Основная цель работы заключается в выявлении и анализе особенностей сосуществования и взаимодействия в художественном пространстве романа «Идиот» диалогичности, дуальности, моноцентризма и «полифонии» как структурообразующих компонентов художественного целого. Методологически значимыми являются структурный (в выявлении принципов и взаимосвязей) и герменевтический (в выявлении сущности и роли этих принципов) подходы, позволяющие выявить особого рода закономерности в структуре романа «Идиот» через соотношение художественной формы и содержания в их неразрывной целостности. Полиструктурность в данном случае рассматривается в свете антропоцентризма индивидуально-авторских интенций Достоевского.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Вначале целесообразно обратиться к некоторым аспектам бахтинской «полифонии», которые, по нашему мнению, особенно значимы в процессе анализа архитектоники романа «Идиот». Так, М.М. Бахтин констатирует, что в произведениях Достоевского «...появляется герой, голос которого постро-

ен так, как строится голос самого автора в романе обычного типа» [9, с. 11]. То есть утверждается некоторый антропоцентризм, «антропокосмизм» романов писателя, в котором множественность равноправных сознаний действует и взаимодействует с их микрокосмами. Такая структурная установка представляется закономерной вследствие антропоцентрического типа мироотношения Достоевского – особой смыслодержательной доминанты «идеи человека», которая выражается опосредованно, например, «в эстетике художественного метода» [10, с. 28]. Один из важнейших художественно-филологических принципов автора «великого пятикнижия» – «*найти в человеке человека*» реализуется и в поиске концептуальных основ так называемой «*живой жизни*», и в устремлённости к выявлению амбивалентной сущности той «*красоты*», которую как «бытийную ценность Ф.М. Достоевский стремится отыскать в каждом индивиде, выявляя в сиюминутном вечное, бессмертное» [11, с. 531-532]. Итак, антропоцентричность художественного дискурса Достоевского, где герой-идеолог равен самому себе и собственному голосу-сознанию, является своего рода эстетической и аксиологической константой творчества писателя.

По Бахтину, Достоевский в процессе создания персонажей не использует актуализацию черт своего индивидуально-авторского «Я», писатель не делает героев собственными «масками». Действующие лица у него, развиваясь совершенно самостоятельно, конституируются в романном пространстве согласно некоторой естественной внутренней логике имплицитного содержательного замысла. Персонажное сознание представлено как «другое», но одновременно оно не замыкается как опредмеченный объект – между автором и героем обнаруживаются особые отношения «Я»-«другой». М.М. Бахтин констатирует: «...именно множественность равноправных сознаний с их мирами сочетается здесь, сохраняя свою неслиянность, в единство некоторого события» [9, с. 10]. Так, равноправие полновесных и самостоятельных голосов-сознаний не утверждает относительность или неразличимость правды и неправды, а открывает диалогический путь к поискам некоторой несубъектив-

ной истины. Диалогичность романов Достоевского имманентна и многоуровневна: диалог ведётся и между героями-голосами, и между полюсами амбивалентных сознаний, буквально представляющих собой диалоги внутри диалогов. В этом поиске и состоит особая активность, говоря словами Бахтина, «ответственная участность» автора-творца в «большом диалоге» полифонического романа. Именно в единстве «бытия-события» полновесно «звучат», совмещаясь в неслиянном романном потоке, по его мнению, голоса героев «полифонического романа» Достоевского.

Г.М. Фридлендер высказал глубокое наблюдение относительно идейного содержания романов Ф.М. Достоевского: «...при всей внешней «многоголосости» романов Достоевского... они тяготеют всегда к определённом, ощущаемому читателем внутреннему ядру, к объединяющему идеологическую и художественную ткань романа комплексу нравственных, социальных, философско-исторических вопросов» [1, с. 122]. Эта мысль учёного, на наш взгляд, формулирует очень точное понимание «полифоничности» романов Достоевского, так или иначе имеющих некоторый центр в виде «вненаходимого» автора-творца, имплицитно присутствующего в каждом голосе. Важно, что в полифоническом романе от автора «требуется не отказ от себя и своего сознания, а необычайное расширение, углубление и перестройка этого сознания... для того, чтобы оно могло вместить полноправные чужие сознания» [9, с. 80]. *Вместить в себя*, а не подчинить себе или заменить собой. То есть автору-творцу «полифонического романа» остаётся «быть» в целокупности всего текста, как и в каждом из его героев в их неслиянности. Поэтому М.М. Бахтин видит в позиции героя у Достоевского не просто самостоятельность как художественную черту, а константную норму «полифонического романа» вообще, где множественность центров-сознаний действующих в потоке единого «антропокосмического» художественного порядка, который, в свою очередь, *организован* движущей силой «ответственного участия» автора-творца текста. Именно таким образом «полифонический роман» Достоевского может «жить» во всей полноте концепции Бахтина.

К.А. Степанян расширяет бахтинское понимание архитектоники «полифонического» романа Достоевского, подчёркивая наличие «*сочетания* авторского голоса, авторской воли (самыми различными способами выраженных) со свободными голосами персонажей» [2, с. 152] и перенося модель «полифонического» романа на религиозную (христианскую) модель мира, в частности, на модель взаимоотношений Бога и человека. Нельзя не вспомнить, говоря о таком (в русле «христианского реализма» В.Н. Захарова) понимании текстов Достоевского, о наблюдении Т.А. Касаткиной, которая констатировала, что «в каждом «полифоническом» герое Достоевского заключён образ Христов, и добирается герой до Христа в себе именно посредством соединения, совмещения в своём сознании всех голосов» [12, с. 42]. Здесь можно увидеть уже иной подход к трактовке «полифонии», который провозглашает внутреннюю полифоничность героя (и человека в целом).

Обращаясь непосредственно к проблеме особой структурной цельности романа Ф.М. Достоевского «Идиот», необходимо обозначить несколько особенностей построения данного текста. Во-первых, нельзя не признать, что матрицей построения романа является дихотомия, которая, как отметил А.Б. Криницын, прослеживается на всех его уровнях: «при организации системы персонажей, при построении сюжета, развертывании мотивной и идейно-символической системы, а также и амбивалентного значения центральных образов» [6, с. 399]. То есть множественные дуальности, строящиеся по принципу контрастного параллелизма – «крайностей», которые «сходятся», организуют в «Идиоте» особый диалектический космизм. Так, образная система романа «Идиот» основывается на принципе бинарных пар, а главным героям свойственна синкретичная двойственность, что в целом обеспечивает целостность творческой концепции текста. Но важно отметить, что в случае с главным героем романа реализация структурного дуализма и «диалогизма» происходит по-особому, так как Мышкин сам становится незримой мерой и компонентом всякой бинарной пары, а дуальность непосредственно его образа, проявляясь наиболее ярко, от-

чётливее всего выражает и его парадоксальную «карнавальную» цельность.

Важно, что главный герой романа особенным образом способен вступать в диалогические отношения со всеми основными персонажами, так как они открывают себя князю без всякой предосторожности: «У Мышкина особенный дух, умеющий ассимилироваться диалогически с партнёрами («с состраданием») и провоцировать их на признание ему» [7, с. 56]. Природа его образа выражает “the essence of religious feeling as expressed in one’s heart – in an act of love or compassion aimed at another person” («суть религиозного чувства, выраженного в сердце – в акте любви или сострадания, направленном на другого человека») [13, р. 102]. Поскольку князь является в позиции не «для-себя», а принципиально «для-другого», то некоторые исследователи именуют это как «болезнь... эксцентрического альтруизма» [14, с. 14]. По мнению К.Г. Исупова, «Мышкин подан в романе как словесно-эстетическая модель, к которой автор пристраивает разные «модули» – Аглаи, Ипполита, Рогожина, Настасьи Филипповны и даже себя самого как свидетеля и рассказчика» [8, с. 223]. Князь, привносящий всюду «карнавальную» откровенность, оказывается в позиции видящего каждого героя «иным» взглядом: сквозь призму сердечной связи и диалога. С точки зрения такой «диалогичности» природы героя, рассмотрение образа Мышкина неизменно приводит к вопросу о «недоволенности» героя как художественном феномене.

Во-вторых, из такой специфичности образа князя Мышкина вытекает и другая структурная особенность, которая заключается в центростремительной моноцентричности романа «Идиот». Своеобразный моноцентризм здесь реализуется в движении, которое «идёт не к центральной фигуре князя Мышкина, а от неё ко всем» [3, с. 341], создавая тем самым пары внутритекстовых диалогических связей князя с каждым из главных персонажей. По мнению К.В. Мочульского, на контрастном противопоставлении личности миру «основано динамическое построение романа» [4, с. 302]. Так, и для И.Л. Альми статический срез композиции романа «Идиот» представляет собой «проти-

востояние «князя Христа» и всех, кто его окружает» [5, с. 436].

Структура романа «Идиот» определена самым замыслом автора о таком герое, что он отмечает в рукописных редакциях: «NB. Князь только *прикоснулся* к их жизни. <...> Но где только он ни *прикоснулся* – везде он оставил неисследимую черту. И потому бесконечность историй в романе (misérabl’ей всех сословий) рядом с течением главного сюжета...» [15, с. 242]. В данном случае принцип «целое в виде героя» выражен таким образом, что прежде всего данность образа князя и «прикосновения» его к жизни являются главными смысловыми опорами всего сюжета романа. Остаются не до конца понятны некоторые действия персонажа, и сама цель его «пришествия» в мир вызывает споры литературоведов, а финал романа философски «разомкнут» вследствие применения автором системы различных недоговорённостей. Так, особое положение Мышкина влияет и на сюжетно-композиционное развёртывание, и на устроение структуры текста.

Можно предположить, что в романе князь противопоставлен всем вокруг из-за специфики своей уникальной природы, имеющей установку на характерологическую «синтетичность». Герой субстанционально несёт в себе нравственный субстрат представлений Достоевского об этическом очеловеченном идеале, но одновременно оказывается беспомощным среди живых людей и событий, буквально выталкивающих его на обочину жизни. Такое положение героя можно объяснить через феномен не вполне человеческой природы князя, который лишён возможности полноценного вхождения в жизнь. В романе актуализируется феномен «зависания на пороге», выраженный через «недоволенность» и даже особую «невоплотимость» его образа. Эта особенность героя может быть обусловлена неисполнимостью той этической задачи, которую он должен выполнить в романе «Идиот». Так, Мышкин, на наш взгляд, является принципиально «невоплотимым» образом, неживаемой мифологемой «Князя-Христа».

В этой связи необходимо остановиться на проблеме определения соотносительности образа с евангельским архетипом. Представляется верным утверждение, что через образ

князя Мышкина «Достоевский попытался выразить свое понимание Христа как идеала человеческого развития» [16, с. 163]. Несомненно, что новозаветный текст в данном случае является прасюжетом для всего художественного мира романа, а имплицитная христоморфность князя Мышкина, интенционально сформированная философско-этическими доминантами мировоззрения автора, восходит к идеалам православной системы ценностей. Как отметила Т.А. Касаткина, Достоевский в романе «Идиот» насыщает текст евангельскими аллюзиями «в самых неожиданных местах, превращая самые насмешливые и издевательские фразы о герое – в свидетельства Его природы...» [17, с. 22].

Примечателен и характерологический комплекс «положительно прекрасных» качеств в образе князя Мышкина: невинность, детскость, склонность к саморефлексии, острое переживание чувства вины, всепрощение, отсутствие гордыни, целомудрие и смирение, способность понимать «Другого», сопереживать. Но христианские этические максимы и сугубо человеческие посылки характера Мышкина слиты в нём воедино и одинаково полноправно выступают и действуют во взаимоотношениях его с другими героями. Иногда князь может испытывать раздражение, к нему приходят так называемые «двойные мысли», ему не чужды подозрения и страх, но при этом именно данный образ в полной мере можно воспринимать в качестве максимально значимого в этической и художественно-мировоззренческой системе романа «Идиот».

В первой части романа моноцентризм выступает как структурообразующий композиционный принцип. Во второй части этот принцип постепенно дополняется иным структурообразующим движением, – выходом на поверхность множества побочных линий, которые начинают деконструировать одноцентричность художественного пространства художественного текста, деструктивно воздействуя на образ и романский путь главного героя. Три последние части романа, по точному замечанию Г.Г. Ермиловой, вобрали в себя ритм и «содержательную динамику Страстной седмицы» [18, с. 99-100]. То есть мотив приближающейся «смерти Бога», символом которой является в произведении кар-

тина Гольбейна, наполнен в романе апокалиптическим смыслом, что выражается через изображение хаоса человеческих «сознаний» и отношений, где один «голос» перебивает и заглушает другой, рождая невыносимый «полифонический» гул. Вереница “scandal scenes” («скандальных сцен»), как отмечалось Э. Броди, “represent a frightening picture of the decaying Russian society” («представляет собой пугающую картину разлагающегося российского общества») [19, р. 119]. В этом гнетущем беспорядке, противопоставленном желаемому князем гармоничному «порядку вещей», герой, “who can be too easily ridiculed, patronized or despised by those who perceive only the surfaces of reality” («так легко высмеиваемый, покровительствуемый или презираемый теми, кто воспринимает только поверхность реальности») [20, р. 93] существовать просто не может. И потому Мышкин – призрак, «стремления которого направлены к инобытию, но его затягивают в земной мир, заставляют жить, сам же он мечтает «бежать», но остаётся...» [21, с. 183].

Итак, в-третьих, князь является в мир Достоевского не для того, чтобы утвердить свой особенный, противопоставленный всем остальным «голос» в потоке общей полифонии. Напротив, как заметил В.В. Биbihин, «безысходная разноголосица города терзает его как ад, от которого диалог не спасает, из которого спасёт не диалог» [22, с. 81]. Именно поэтому «роман завершает умопомешательство Мышкина, полная коммуникативная беспомощность...» [23, с. 102]. Можно предположить, что «невоплотимость» образа князя Мышкина, а за ней и отмеченная выше диалоговая «безысходность» в романе «Идиот» не может быть преодолена из-за того, что идейное содержание произведения сконцентрировано на одной фигуре, не способной вынести тяжесть собственного воплощения.

ВЫВОДЫ

В результате рассмотрения принципов структурного построения романа «Идиот» можно заключить, что образ князя Мышкина, органично входящий в общую структурную дуальность и бинарность романа, является амбивалентным и принципиально диалогичным. На уровне сюжетно-композиционной

организации текста через диалогичность реализуется центристское движение к главному герою. Мышкин противопоставлен всем остальным персонажам вследствие отчуждающей «синтетичности» его образа. Начиная со второй части романа, полифония действует уже во всей своей полноте, заглушая и разрушая проповеднический голос князя, но при этом не смещая его на периферию. Движение от «других» выявляет неустойчивость, неукоренённость и «невоплотимость» образа Мышкина. Все основные принципы структурного построения романа «Идиот» определены спецификой образа Мышкина, особым характером его взаимодействия с другими персонажами. А та «син-

тетичность», невоплотимая безграничность, «просвечивающая сквозь фигуру героя», раздвигает и грани романной «постройки». Поэтому моноцентризм в романе не разрушает общую полифоничность. На наш взгляд, в романе «Идиот» мы можем наблюдать особое структурно динамическое построение, где дуализм, диалогизм, моноцентризм и полифония кристаллизуются и взаимно коррелируют, вытекая из индивидуально-авторских мировоззренческих посылок, антропоцентрического характера художественного философствования Ф.М. Достоевского, сосредоточившего этическое и аксиологическое в фигуре «положительно прекрасного человека» Льва Николаевича Мышкина.

Список источников

1. Фридендер Г.М. Достоевский // История всемирной литературы: в 8 т. М.: Наука, 1991. Т. 7. С. 105-124.
2. Степанян К.А. Шекспир, Бахтин и Достоевский: герои и авторы в большом времени. М.: Глобал Ком: Языки славянской культуры, 2016. 296 с.
3. Бердяев Н.А. Русская идея. Мирозерцание Достоевского. М.: Изд-во «Э», 2016. 512 с.
4. Мочульский К.В. Достоевский: Жизнь и творчество. Париж: YMCA-PRESS, 1980. 563 с.
5. Альми И.Л. О сюжетно-композиционном строе романа «Идиот» // Роман Ф.М. Достоевского «Идиот»: Современное состояние изучения. М.: Наследие, 2001. С. 435-445.
6. Криницын А.Б. Сюжетология романов Ф.М. Достоевского. М.: Макс Пресс, 2017. 456 с.
7. Киносита Т. Антропология и поэтика творчества Достоевского. СПб.: Серебряный век, 2005. 208 с.
8. Исупов К.Г. Князь Мышкин и его миссия // Вестник Русской христианской гуманитарной академии. 2018. Т. 19. Вып. 4. С. 222-229.
9. Бахтин М.М. Проблемы поэтики Достоевского // Бахтин М.М. Собр. соч.: в 7 т. М.: Русские словари: Языки славянской культуры, 2002. Т. 6. 505 с.
10. Головкин В.М. Эпистемологический потенциал литературоведческой категории «идея человека» // Вестник Томского государственного университета. 2021. № 464. С. 23-31.
11. Сычёва Е.О., Серебряков А.А. Реализация эстетического идеала в «Дневнике писателя» Ф.М. Достоевского // Неофилология. 2020. Т. 6. № 23. С. 530-540. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2020-6-23-530-540>
12. Касаткина Т.А. К вопросу о полифонии Бахтина и полифонии Достоевского // Достоевский и мировая культура. № 24. СПб.: Серебряный век, 2008. С. 36-42.
13. Vaškovic P. A path to authenticity: Kierkegaard and Dostoevsky on existential transformation // International journal for philosophy of religion. 2019. № 87 (1). P. 81-108.
14. Викторovich В.А. Нефантастичность «фантастичного «Идиота» // Известный Достоевский. 2018. № 1. С. 3-19.
15. Достоевский Ф.М. Полное собрание сочинений: в 30 т. Л.: Наука. Ленинград. отд-е, 1974. Т. 9. 528 с.
16. Ли Т., Евлампиев И.И. Проблема бессмертия и воскресения в романе Ф. Достоевского «Идиот» // Вестник Русской христианской гуманитарной академии. 2021. Т. 22. № 1. С. 162-174.
17. Касаткина Т.А. Достоевский как философ и богослов: художественный способ высказывания. М.: Водолей, 2019. 336 с.
18. Ермилова Г.Г. Идиот // Достоевский: Сочинения, письма, документы: словарь-справочник. СПб.: Изд-во «Пушкинский Дом», 2008. С. 98-101.
19. Brody E. Meaning and Symbolism in the Names of Dostoevsky's "Crime and Punishment" and "The Idiot" // Names. 1979. Vol. 27. № 2. P. 117-140.
20. Hubbard T. Heart and Soul: Dickens and Dostoevsky // Slavonica. 2020. Vol. 25 (2). P. 89-105.
21. Сытина Ю.Н. В поисках «положительно прекрасного» героя: князь Мышкин Ф.М. Достоевского и Сегелиель В.Ф. Одоевского // Проблемы исторической поэтики. 2021. Т. 19. № 1. С. 173-193.

22. Бибихин В.В. Слово и событие. Писатель и литература. М.: Русский фонд содействия образованию и науке, 2010. 416 с.
23. Герцк Х.-Ю. Литературное мастерство Достоевского в развитии. От «Записок из Мёртвого дома» до «Братьев Карамазовых». СПб.: Изд-во Пушкинского Дома; Нестор-История, 2016. 320 с.

References

1. Fridlender G.M. Dostoyevskiy [Dostoevsky]. *Istoriya vsemirnoy literatury: v 8 t.* [History of World Literature: in 8 vols.]. Moscow, Nauka Publ., 1991, vol. 7, pp. 105-124. (In Russian).
2. Stepanyan K.A. *Shekspir, Bakhtin i Dostoyevskiy: geroi i avtory v bol'shom vremeni* [Shakespeare, Bakhtin and Dostoevsky: Heroes and Authors in Big Time]. Moscow, Global Kom: Yazyki slavyanskoy kul'tury Publ., 2016, 296 p. (In Russian).
3. Berdyayev N.A. *Russkaya ideya. Mirosozertsaniye Dostoyevskogo* [The Russian Idea. Dostoevsky's Worldview]. Moscow, «E» Publ., 2016, 512 pp. (In Russian).
4. Mochulskiy K.V. *Dostoyevskiy: Zhizn' i tvorchestvo* [Dostoevsky: Life and Work]. Paris, YMCA-PRESS, 1980, 563 p. (In Russian).
5. Almi I.L. O syuzhetno-kompozitsionnom stroye romana «Idiot» [On the plot-compositional structure of the novel “The Idiot”]. *Roman F.M. Dostoyevskogo «Idiot»: Sovremennoye sostoyaniye izucheniya* [F.M. Dostoevsky's Novel “The Idiot”: the Modern State of Study]. Moscow, Naslediye Publ., 2001, pp. 435-445. (In Russian).
6. Krinitsyn A.B. *Syuzhetologiya romanov F.M. Dostoyevskogo* [Plotology of Novels by F.M. Dostoevsky]. Moscow, Maks Press, 2017, 456 p. (In Russian).
7. Kinoshita T. *Antropologiya i poetika tvorchestva Dostoyevskogo* [Anthropology and Poetics of Dostoevsky's Works]. St. Petersburg, Serebryanyy vek Publ., 2005, 208 p. (In Russian).
8. Isupov K.G. Knyaz' Myshkin i ego missiya [Prince Myshkin and his mission]. *Vestnik Russkoy khristianskoy gumanitarnoy akademii – Review of the Christian Academy for the Humanities*, 2018, vol. 19, no. 4, pp. 222-229. (In Russian).
9. Bakhtin M.M. Problemy poetiki Dostoyevskogo [Problems of Dostoevsky's Poetics]. In: Bakhtin M.M. *Sobraniye sochineniy: v 7 t.* [Complete Works: in 7 vols.]. Moscow, Russkiye slovari, Yazyki slavyanskoy kul'tury Publ., 2002, vol. 6, 505 p. (In Russian).
10. Golovko V.M. Epistemologicheskiy potentsial literaturovedcheskoy kategorii «ideya cheloveka» [The “idea of human” literary category: epistemological potential]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta – Tomsk State University Journal*, 2021, no. 464, pp. 23-31. (In Russian).
11. Sycheva E.O., Serebryakov A.A. Realizatsiya esteticheskogo ideala v «Dnevnikе pisatelya» F.M. Dostoyevskogo [Implementation of the aesthetic ideal in the “A Writer's Diary” by F.M. Dostoevsky]. *Neofilologiya – Neophilology*, 2020, vol. 6, no. 23, pp. 530-540. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2020-6-23-530-540>. (In Russian).
12. Kasatkina T.A. K voprosu o polifonii Bakhtina i polifonii Dostoyevskogo [On the question of Bakhtin's polyphony and Dostoevsky's polyphony]. *Dostoyevskiy i mirovaya kul'tura* [Dostoevsky and World Culture], 2008, no. 24, pp. 36-42. (In Russian).
13. Vaškovic P. A path to authenticity: Kierkegaard and Dostoevsky on existential transformation. *International journal for philosophy of religion*, 2019, no. 87 (1), pp. 81-108.
14. Viktorovich V.A. Nefantastichnost' «fantastichnogo «Idiota» [A non-fantastic character of the “fantastic novel “The Idiot”]. *Neizvestnyy Dostoyevskiy – The Unknown Dostoevsky*, 2018, no. 1, pp. 3-19. (In Russian).
15. Dostoyevskiy F.M. *Polnoye sobraniye sochineniy: v 30 t.* [Complete Works: in 30 vols.]. Leningrad, Nauka. Leningradskoye otdeleniye Publ., 1974, vol. 9, 528 p. (In Russian).
16. Li T., Evlampiyev I.I. Problema bessmertiya i voskreseniya v romane F. Dostoyevskogo «Idiot» [The problem of immortality and resurrection in F. Dostoevsky's novel “The Idiot”]. *Vestnik Russkoy khristianskoy gumanitarnoy akademii – Review of the Christian Academy for the Humanities*, 2021, vol. 22, no. 1, pp. 162-174. (In Russian).
17. Kasatkina T.A. *Dostoyevskiy kak filosof i bogoslov: khudozhestvennyy sposob vyskazyvaniya* [Dostoevsky as Philosopher and Theologian: Artistic Way of Expression]. Moscow, Vodoley Publ., 2019, 336 p. (In Russian).
18. Ermilova G.G. Idiot [The Idiot]. *Dostoyevskiy: Sochineniya, pis'ma, dokumenty: slovar'-spravochnik* [Dostoevsky: Essays, letters, documents: reference dictionary]. St. Petersburg, “Pushkinskiy Dom” Publ., 2008, pp. 98-101. (In Russian).

19. Brody E. Meaning and Symbolism in the Names of Dostoevsky's "Crime and Punishment" and "The Idiot". *Names*, 1979, vol. 27, no. 2, pp. 117-140.
20. Hubbard T. Heart and Soul: Dickens and Dostoevsky. *Slavonica*, 2020, vol. 25 (2), pp. 89-105.
21. Sytina Y.N. V poiskakh «polozhitel'no prekrasnogo» geroya: knyaz' Myshkin F.M. Dostoyevskogo i Segel'iyel' V.F. Odoyevskogo [In search of a "positively excellent" hero: Prince Myshkin by F.M. Dostoevsky and Segel'iel by V.F. Odoyevsky]. *Problemy istoricheskoy poetiki – The Problems of Historical Poetics*, 2021, vol. 19, no. 1, pp. 173-193. (In Russian).
22. Bibikhin V.V. *Slovo i sobytiye. Pisatel' i literatura* [Word and Event. The Writer and Literature]. Moscow, Russian Foundation for the Promotion of Education and Science Publ., 2010, 416 p. (In Russian).
23. Gerigk K.-Y. *Literaturnoye masterstvo Dostoyevskogo v razvitii. Ot «Zapisok iz Mertvogo doma» do «Brat'yev Karamazovkh»* [Dostoevsky's literary mastery in development. From "The House of the Dead" to "The Brothers Karamazov"]. St. Petersburg, Pushkinskiy Dom Publ., Nestor-Istoriya Publ., 2016, 320 p. (In Russian).

Информация об авторах

Серебряков Анатолий Алексеевич, доктор филологических наук, доцент, заведующий кафедрой отечественной и мировой литературы, Северо-Кавказский федеральный университет, г. Ставрополь, Российская Федерация, ORCID: [0000-0003-1059-8328](https://orcid.org/0000-0003-1059-8328), aasereb@mail.ru

Вклад в статью: общая концепция статьи, поиск литературы, написание части текста статьи, обобщение опыта исследователей, окончательное редактирование.

Железняк Дарья Романовна, магистрант по направлению подготовки Филология, профиль «Русский язык и русская литература», Северо-Кавказский федеральный университет, г. Ставрополь, Российская Федерация, ORCID: [0000-0001-6866-6771](https://orcid.org/0000-0001-6866-6771), soul.darya@bk.ru

Вклад в статью: идея, поиск и анализ литературы, написание части текста статьи.

Конфликт интересов отсутствует.

Статья поступила в редакцию 03.01.2022
Одобрена после рецензирования 16.03.2022
Принята к публикации 21.04.2022

Information about the authors

Anatoliy A. Serebriakov, Doctor of Philology, Associate Professor, Head of Russian and World Literature Department, North-Caucasus Federal University, Stavropol, Russian Federation, ORCID: [0000-0003-1059-8328](https://orcid.org/0000-0003-1059-8328), aasereb@mail.ru

Contribution: main study conception, literature search, part of manuscript text drafting, synthesis of researcher's experience, final editing.

Daria R. Zheleznyak, Master's Degree Student in Philology Programme, "Russian language and Russian literature" specialization, North-Caucasus Federal University, Stavropol, Russian Federation, ORCID: [0000-0001-6866-6771](https://orcid.org/0000-0001-6866-6771), soul.darya@bk.ru

Contribution: idea, literature search and analysis, part of manuscript text drafting.

There is no conflict of interests.

The article was submitted 03.01.2022
Approved after reviewing 16.03.2022
Accepted for publication 21.04.2022

Неофилология

Neofilologiya = Neophilology

ISSN 2587-6953 (Print)

<http://journals.tsutmb.ru/neophilology/>

ISSN 2782-5868 (Online)

Перечень ВАК, РИНЦ, DOAJ, Ulrich's Periodicals Directory, EBSCO, ResearchBib, CrossRef, НЭБ «eLIBRARY.RU», ЭБ «КиберЛенинка»

НАУЧНАЯ СТАТЬЯ

УДК 82-1/-9

DOI 10.20310/2587-6953-2022-8-2-312-323

К источникам мотива массового психоза в романе М.А. Булгакова «Мастер и Маргарита»

Владимир Викторович КОЛЧАНОВ ✉, **Светлана Александровна КОСЯКОВА**

ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный университет им. Г.Р. Державина»

392000, Российская Федерация, г. Тамбов, ул. Интернациональная, 33

✉ vla-kolchanov@yandex.ru

Аннотация. Целью работы является анализ мотива массового психоза в романе М.А. Булгакова «Мастер и Маргарита». Это актуально именно сейчас, когда в литературоведении наметилась тенденция пристального изучения мотива безумия в творчестве писателя как частного случая мотива сумасшествия в русской литературе. Предметом исследования стало рассмотрение этого мотива в качестве приёма пародии, создающего уникальную сатирическую палитру социально-политической жизни страны в эпоху 1920–1930 гг. Поэтому методология статьи включает, наряду с традиционными историко-культурным и мифопоэтическим подходами, психографический комментарий. В результате к анализу привлекаются источники из разных гуманитарных сфер человеческой деятельности: художественной литературы, историографии, культурологии, религии и психиатрии. Среди них: методическое руководство по организации массового пения на местах «Массовые празднества» (1927) Е.Ф. Рюмина, история захоронений на Ваганьковском кладбище, роман А.Ф. Писемского «Люди сороковых годов» (1869) и связанная с ним идеология литературных течений начала XX века (символизма и Пролеткульта), эмигрантский роман И.С. Лукаша «Дьявол» (1922), журнальный вариант повести Н. Огнёва (М.Г. Розанова) «Дневник Кости Рябцева» (1926–1928), работа английского историка религии Д. Робертсона «Первоначальное христианство» (рус. перев. 1930), очерк Н. Калашникова «Граф Калиостро, чародей прошлого века» (1893). Особое внимание акцентируется на психиатрической практике по усмирению буйных больных. Сделан вывод о том, что для воссоздания мотива массовой истерии булгаковская пародия проходит путь от высокого к низкому, от смеха к печати ужаса на лице.

Ключевые слова: мотив, пародия, массовый психоз, психическая эпидемия, истерия

Для цитирования: Колчанов В.В., Косякова С.А. К источникам мотива массового психоза в романе М.А. Булгакова «Мастер и Маргарита» // Неофилология. 2022. Т. 8, № 2. С. 312–323. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2022-8-2-312-323>



Материалы статьи доступны по лицензии [Creative Commons Attribution \(«Атрибуция»\) 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) Всемирная



To the sources of the motive of mass psychosis in M.A. Bulgakov's novel "The Master and Margarita"

Vladimir V. KOLCHANOV ✉, Svetlana A. KOSYAKOVA

Derzhavin Tambov State University
33 Internatsionalnaya St., Tambov 392000, Russian Federation
✉ vla-kolchanov@yandex.ru

Abstract. The aim of the work is to analyze the motive of mass psychosis in the novel "Master and Margarita" by M.A. Bulgakov. It is relevant nowadays, when the tendency of close study of madness motive in the writer's works as a particular case of madness motive in Russian literature is outlined in literary criticism. The subject of the research is the consideration of this motive as a technique of parody, creating a unique satirical palette of the sociopolitical life of the country in the era of 1920–1930. Therefore, the methodology of the article includes, along with traditional historical, cultural and mythopoetic approaches, a psychographic commentary. As a result, sources from various humanitarian spheres of human activity are involved in the analysis: fiction, historiography, cultural studies, religion, and psychiatry. Among them: a methodological guide to organizing mass singing "Mass Feasts" (1927) by E.F. Ryumin, the history of burials in the Vagankovo Cemetery "Men of the Forties" (1869), the novel by A.F. Pisemsky and the related ideology of early twentieth-century literary movements (Symbolism and Proletkult), I.S. Lukash's emigrant novel "Devil" (1922), a journal version of N. Ognev's (M. G. Rozanov) novel "Diary of Kostya Ryabtsev" (1926–1928), work by English religion historian D. Robertson "Primordial Christianity" (Russian translation 1930), and N. Kalashnikov's essay "The Count Cagliostro, the Sorcerer of the Last Century" (1893). Particular emphasis is placed on the psychiatric practice of subduing violent patients. It is concluded that to recreate the motive of mass hysteria Bulgakov's parody goes from high to low, from laughter to a stamp of horror on the face.

Keywords: motive, parody, mass psychosis, psychotic epidemic, hysteria

For citation: Kolchanov V.V., Kosyakova S.A. K istochnikam motiva massovogo psikhoza v romane M.A. Bulgakova «Master i Margarita» [To the sources of the motive of mass psychosis in M.A. Bulgakov's novel "The Master and Margarita"]. *Neofilologiya – Neophilology*, 2022, vol. 8, no. 2, pp. 312-323. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2022-8-2-312-323> (In Russian, Abstr. in Engl.)



This article is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



ВВЕДЕНИЕ

Среди мотивов романа «Мастер и Маргарита» М.А. Булгакова выделяется мотив, до конца не изученный исследователями как в плане дифференциации, так и в плане источников. Это мотив сумасшествия (безумия), рассматривавшийся в работах Е.А. Яблокова [1, с. 129-146], Р. Джулиани [2], М.И. Тумгоевой [3], М.Н. Капрусовой [4], Г.Г. Хубулаевой [5], Е.В. Шабалдиной [6], Е.С. Ивановой и С. Алхуссейни [7]. Рассмотр-

рим его более конкретно – как мотив массового психоза, массовой истерии, или психической эпидемии. В истории классической русской литературы использование массовых психозов в качестве художественного приёма до начала XX века практически не наблюдается, за исключением повести Н.В. Гоголя «Нос». Но в Серебряном веке этот мотив стал применяться наряду с традиционным мотивом безумия отдельных героев. Не только в творчестве русских символистов (В.Я. Брюсова, Ф.К. Сологуба, А.А. Блока, А. Белого), но и в

некоторых произведениях «знаньевцев» (И.А. Бунина, А.И. Куприна, Л.Н. Андреева) прозвучал мотив массового психоза, и «архаист» [1, с. 148] Булгаков, достаточно хорошо знавший творчество этих русских писателей старшего поколения, не мог, безусловно, пройти мимо него. Повести «Роковые яйца», «Собачье сердце» и роман «Белая гвардия», с которыми он вошёл в большую литературу, унаследовали мотив и его и роман «Мастер и Маргарита».

ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ ЧАСТЬ

Бредовыми идеями о пребывании шайки чародеев-преступников с чёрным котом в Москве и связанными с ними галлюцинациями одержимы все без исключения герои романа: начиная от Мастера, написавшего роман по наущению Дьявола, до кухарки, последней из москвичей увидавшей свиту Воланда, и проявлений истерии с визуализацией Бегемота у отдельных граждан страны после отлёта «нечистой силы»¹. Но в отличие от произведений Булгакова 1920-х гг., отразивших катастрофически разрушительные идеи диктатуры пролетариата и военного коммунизма, в «Мастере и Маргарите» массовый психоз затронул граждан страны в период массового террора, доносов и зарождения культа личности, обусловленных идеей строительства «ударными» темпами «социализма в отдельно взятой стране». Пятилетние бешеные темпы такого строительства, подогревавшиеся инициативами среднего управленческого звена – советскими чиновниками, директорами и писателями, – никого тогда не смущали.

Целями данной статьи являются: 1) анализ мотива массового психоза в романе М.А. Булгакова «Мастер и Маргарита»; 2) рассмотрение пародийности мотива как сатирического приёма по изображению социально-политических событий в СССР 1920–1930 гг.; 3) описание историко-культурного пространства романа и мотива, содержащих источники из разных гуманитар-

ных сфер человеческой деятельности: художественной литературы, историографии, культурологии, религии и психиатрии. Методология включает, наряду с традиционными историко-культурным и мифопоэтическим подходами, психографический комментарий.

В свете мотива психической эпидемии следует в первую очередь обратить внимание на члена МАССОЛИТа и «бездарного» поэта-«балбеса» «Сашку» Рюхина: именно он привозит после Первой в клинику Стравинского первого сумасшедшего – Ивана Бездомного².

Прототипом Рюхина долгое время считали В.В. Маяковского [8, с. 34–36; 9, с. 22–25]. Между тем, фамилия персонажа позволяет повернуть направление поиска в сторону другого литературного деятеля «агитпропа». Изменение одной буквы в фамилии «Рюхин» приведёт к известному пропагандисту нового, социалистического образа жизни – Е.Ф. Рюмину. В 1927 г. в Госиздате по линии Главполитпросвета вышла одна из первых его книг, обращённая к руководителям воспитательной работы в организациях и на заводах страны – «Массовые празднества». Пролеткультовская книга содержала указания и рекомендации начальству, как правильно организовать на предприятиях работу клубов, кружков и объединений по подготовке увеселений. Основную роль в ней рекомендовалось отдавать хоровому пению. Приведём фрагмент из книги, иллюстрирующий «агитпроп» тех лет и спародированный Булгаковым в массовой сцене «Василий Степанович Ласточкин в филиале «комиссии зрелищ и увеселений облегчённого типа» (Глава 17 «Беспокойный день»):

Задолго до праздника создаётся особая широкая инициативная комиссия из различных заин-

¹ О Бегемоте как духе чёрного ритуала «тагейрм»: Колчанов В.В. От карнавала к мистерии: маги и обряды симпатической магии в творчестве М.А. Булгакова (на примере романа «Мастер и Маргарита») // Социально-экономические явления и процессы. 2011. № 7. С. 248.

² Ещё одно имя Ивана Бездомного (Ивана Николаевича Поньрева), – Кирюшка – связано с путаницей героя «голой гражданкой» в тёмной ванной (Глава 4 «Погоня»); вероятнее всего, имя пришло в «Мастера и Маргариту» из произведения безымянного автора «романа» «Серебряный магазин», начавшего публиковать своё произведение на обложках журнала «Красный огонёк». Кирюшка в «романе» – работник скупщика Ферапонта Ильича, в отсутствие хозяина принимающий в постель, под божницей, его жену Катерину Васильевну [Серебряный магазин: Роман // Красный огонёк. 1918. № 11–12. (Стороны обложки 2, 3, 4). Нахзац].

тересованных руководящих организаций, из представителей рабочих районов и клубных действенных кружков, организующая широкие диспуты, доклады на фабрично-заводских общих собраниях, на которых сами массы должны решить, что должно лечь в основу близящегося праздника.

Объявляя широко эти пожелания масс, комиссия устраивает конкурсы на лучшую тему. Участники конкурса – не отдельные лица, а действенные клубные коллективы, на своих собраниях ищущие тему и коллективно, сообща составляющие и разрабатывающие сценарии общегородского празднества. Клубные коллективы должны быть широко осведомлены о следующих требованиях, предъявляемых к образцовому сценарию:

1. Сценарий должен служить выявлением политических идей и лозунгов данного праздника.
2. В сценарии должны абсолютно отсутствовать всякие тонкости индивидуальных, единоличных переживаний отдельных героев.
3. Он должен применяться к широким движениям масс, к колоссальности поля действия – всего города, к расчёту на звуковую чёткость текста.
4. Сценарий должен служить выражением воли народных масс, их желаний и порывов к самостоятельности, к осознанию себя творцом жизни.
5. Через каждую из отдельных картин общего сценария должна красной нитью проходить насыщенность динамически развивающимися массовыми конфликтами.
6. Наличие в сценарии возможностей для коллективных хоровых диалогов между отдельными группами участников.
7. Наличие возможностей для введения в действие двойных и тройных песенных хоров (выделено нами. – В. К., С. К.) [10, с. 43].

Слишком откровенно-заметной выглядела бы фамилия Рюмина (или другого из авторов подобных книг)³, оставь Булгаков её

³ Время замысла и начало работы над романом «Мастер и Маргарита» совпали с «модой» на издания, пропагандирующие обучение на местах массовому пению. См., напр.: 1) *Данилевский М.Ф.* Праздники общественного быта: торжественное заседание октябрины, годовщины. Организация, методика, практика. Москва; Ленинград: Долой неграмотность, 1927. 63 с.; 2) *Нахимовский М.И.* Как проводить массовое пение. М.: Госиздат: муз. сектор, 1930. 16 с.; 3) *Цехновицер О.В.* Празднества революции. Изд. 5-е, испр. и доп. Л.: ОГИЗ, Прибой, 1931. 207 с.; 4) *Розенберг Э.М.* Затеи-ники за пятилетку. Москва; Ленинград: Гос. изд-во худ. лит., 1931. 296 с.; 5) Гос. Академия искусствознания. Москва. Ленинградское отделение. Опыт организации

неизменной. Поэтому реальность уступила место художественному миру романтизма. В «Мастере и Маргарите» членов «зрелищного филиала», расположенного в Ваганьковском переулке, обучает хоровому пению «нечистая сила» в лице «надувало» Коровьева-Фагота. Настоящая массовая истерия, крайняя форма массового психоза, разыгрывается в сцене, когда поющих людей через весь город на грузовиках направляют в психиатрическую клинику. Глумится русский чёрт в сцене, и глумится не только над живыми. В поле его действия попадают и мёртвые.

В связи с последним обстоятельством любопытна этимология названия переулка в романе – «Ваганьковский». С одной стороны, согласно словарю В.И. Даля, глагол «ваганиться» на вологодском диалекте означает «баловать, шалить, играть, шутить» [11], с другой – название переулка перекликается с названием печально известного массовыми захоронениями московского кладбища, где первоначально, в XVII веке, хоронили царских псарей, затем, в XVIII веке, в глубоких общественных могилах закапывали умерших от чумы; в XIX веке в братских могилах оказались погибшие от холеры и жертвы Ходынской катастрофы; в начале XX века – большинство участников революции 1905 г.⁴ После Октября на кладбище была выделена территория, называемая в народе «площадкой Коммунаров», где хоронили знатных героев-революционеров: Л.М. Рейснер, Н.И. Будённую, Т.И. Нетте и др.

В плане диалога со своими предшественниками сцены с хоровым пением государственных служащих возле Ваганьковского кладбища и по пути в психиатрическую клинику могли послужить пародией на театр символистов с их идеей мистериального действия («соборный театр», «мистериальный театр», «театр площадей и дубрав», «театр теургов» и др.) и поэзию Пролеткульта (лиро-эпические поэмы-«оратории»), а ещё ранее – на взгляды славянофилов и, в частно-

массового празднества / Бригада сотрудников ЛОГАИС в составе: А.С. Гущина, С.С. Данилова, Р.Б. Канского, М.А. Шуваловой. Москва; Ленинград: Огиз; Изогиз, 1931. 142 с. и др.

⁴ Ваганьковское кладбище. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Ваганьковское_кладбище (дата обращения: 15.12.2021).

сти, примыкавшего к ним известного писателя XIX века А.Ф. Писемского, отразившего эти взгляды в романе «Люди сороковых годов» (1869). Мы обратимся к этой отправной точке мистериального действия, где теургом и наместником Бога на земле выступал ещё не поэт или рабочий, а монарх. По мнению современного литературоведа В.Г. Андреевой, в романе была намечена теория «хорового государства», которое представляло собой:

«если не идеал, то возможный наилучший для России, по мнению автора, образец государственного и общественного устройства страны, правда, данный в теории, как план, абстракция, но учитывающий православное мировоззрение русского народа и всю его историю» [12, с. 675].

Поэтому мы позволим себе пойти вслед за исследователем и привести достаточно объёмную выдержку из романа, учитывая, что до Писемского никто не высказывал такой грандиозной «абстракции»:

«Мы строим наше государство медленно, но из хорошего материала; удерживаем только настоящее, и всё ложное и фальшивое выкидываем. Что наш аристократизм и демократизм совершенно миражные все явления, в этом сомневаться нечего; сколько вот я ни ездил по России и ни прислушивался к коренным и любимым понятиям народа, по моему мнению, в ней не должно быть никакого деления на сословия – и она должна быть, если можно так выразиться, по преимуществу, государством хоровым, где каждый пел бы во весь свой полный, естественный голос, и в совокупности выходило бы всё это согласно... Этому свойству русского народа мы видим непрестанное подтверждение в жизни: у нас есть хоровые песни, хоровые пляски, хоровые гулянья... У нас нет, например, единичных хороших голосов, но зато у нас хор русской оперы, я думаю, первый в мире. У нас – превосходная придворная капелла; у каждого архиерея – отличный хор певчих.

– Ты и на государственное устройство переносишь это свойство? – спросила Мари.

– Непременно так! – воскликнул Вихров. – Ты смотри: через всю нашу историю у нас не только что нет резко и долго стоявших на виду личностей, но даже партии долго властвующей; как которая заберёт очень уж силу и начнёт самовластвовать, так народ и отвернётся от неё, потому что *всякий пой в свой голос и других не пере-крикивай!*

– Как нет личностей! – воскликнула Мари. – А Владимир, а Грозный, а Пётр...

– То цари, это другое дело, – возразил ей Вихров. – Народ наш так понимает, что царь может быть и тиран и ангел доброты, всё приемлется с благодарностью в силу той идеи, что он посланник и помазанник божий. Хорош он – это милость божья, худ – наказание от него!» [13, с. 470].

На массовость психоза в романе «Мастер и Маргарита» указывают и трёхзначные номера палат в клинике Стравинского. В палату № 117 помещают Ивана Бездомного, в № 119 лежит Н.И. Босой, в палате № 118 давно обосновался Мастер. И здесь, как нам думается, нельзя не обратиться к источникам, которыми пользовался Булгаков при создании образа «дома скорби».

Неизгладимое впечатление на Булгакова произвёл, по нашему мнению, роман-мистерия русского писателя-эмигранта И.С. Лукаша «Дьявол» (Берлин, 1922), в котором мотив массового психоза охватывает весь роман, во второй части целиком концентрируясь в замкнутом пространстве психиатрической клиники. По форме и манере изображения событий произведение представляет собой мистерию, а по стилистике относится к лирической прозе.

Вот его краткое содержание.

Дьявол в романе Лукаша странствовал по России, и его спор с Богом, описание разрушительной силы исчадия ада развертывались везде: во фрагментах бредовых видений, разговоров, следственных допросов, в изображении распухших от голода людей; дьявол переносился «на скалы Бретони», в Марсель и Стокгольм, Нью-Йорк и Париж, Берлин и Толедо; местом его пребывания объявлялся весь земной шар, космос, вселенная. Исторический фон в мистерии был крайне скуп: фронты Первой мировой войны, Октябрьской революции и Гражданской войны, передышки между боями, страшный голод в Поволжье показывались также бредово-фрагментарно, с позиции безымянного лирического наблюдателя, офицера-поэта, потерявшего желание строить отношения с кем бы то ни было, кроме Бога и Дьявола. Дьявол, заинтересовавшийся его поэмой «Корабли Воскресения», попадал в гостиничную комнату поэта, затевал с автором спор, и героя в результате душевного потрясения отправляли в сумасшедший дом.

Из этого произведения Булгаков, судя по тексту, позаимствовал немало. Это и внешность Дьявола, и сцены приезда и пребывания поэта в больнице для умалишённых: явление поэта в гостинице (у Булгакова – появление И. Бездомного в ресторане); приём поэта старичком-врачом (приём профессором Стравинским И. Бездомного); встреча поэта с учёным-«химиком» (встреча И. Бездомного и Мастера).

Сопоставим фрагменты романов Лукаша и Булгакова.

1. «Дьявол»:

Он поднялся во весь рост. Он выпрямил своё гибкое, **кошачье тело. Светит его белый и твёрдый лысый лоб над стрелчатыми бровями.** Тихо светят, **как зеленоватые лезвия, его прозрачные глаза** (выделено нами. – В. К., С. К.) [14, с. 16]. <...>

Был следователь высок ростом, носил чёрную кожаную куртку и на правой стороне груди университетский значок: эмалевый белый ромб с голубым крестом. Ходил он стремительно, придерживая сильными, крупными пальцами шагреновый портфель у груди. На ходу он часто снимал чёрную, кожаную кепку, и тогда был виден его **лысый, белый лоб и стрелы бровей над зеленоватым мерцанием глаз.** Его губы всегда стиснуты. И всегда кажется его длинное, бледное лицо усталым и тусклым (выделено нами. – В. К., С. К.) [14, с. 37]. <...>

...Я тогда **прихрамывал и носил длинную шпагу.** Кафтан мой золотом горел, **перо на шляпе, шпага под полою...** (выделено нами. – В. К., С. К.) [14, с. 46]. <...>

Его палка уныло и мерно постукивает о тротуар, и звук шагов разносится пустынным звоном. Он сдвинул **жёлтое канотье на затылок. Он в тёмном пиджаке, как все.** И в голубоватой мгле электричества виден его высокий, лысый лоб и **косые стрелы бровей над узким переносьем. Глаза его темны и круглы** (выделено нами. – В. К., С. К.). <...>

Отражается и светит сумрачно в печальном и холодном блеске глаз, в узко стиснутых губах, в оскале ртов, **тускло поблескивающих желтоватыми пломбами...** (выделено нами. – В. К., С. К.) [14, с. 69]. <...>

– Слушай меня... Вот, смотри: **давай играть остриями треугольников.** Ведь вся вселенная – это подкидывание их остриев то вверх, то вниз, вся вселенная – это дуги, что описывают на разбеге качели (выделено нами. – В. К., С. К.) [14, с. 79].

«Мастер и Маргарита»:

Сличение их не может не вызвать изумления. Так, в первой из них сказано, что человек этот был маленького роста, **зубы имел золотые и хромота на правую ногу.** Во второй – что **человек был росту громадного,** коронки имел платиновые, хромота на левую ногу. <...>

Он был в дорогом **сером костюме,** в заграничных, в цвет костюма, туфлях. **Серый берет он лихо заломил за ухо,** под мышкой **нёс трость** с чёрным набалдашником в виде головы пуделя. По виду – лет сорока с лишним. Рот какой-то кривой. Выбрит гладко. Брюнет. Правый глаз чёрный, **левый почему-то зелёный.** Брови чёрные, но одна выше другой. <...>

...**жмурясь, как кот,** повторил он звучное слово, – и вот ваше управление закончилось! <...>

И редактора, и поэта не столько поразило то, что нашлась в портсигаре именно «Наша марка», сколько сам портсигар. Он был громадных размеров, червонного золота, и на крышке его при открывании **сверкнул синим и белым огнём бриллиантовый треугольник** (выделено нами. – В. К., С. К.) [15, с. 10-15]. <...>

Так, на спинку стула наброшен был траурный плащ, подбитый огненной материей, на подзеркальном столике лежала **длинная шпага** с поблескивающей золотой рукоятью. Три шпаги с рукоятями серебряными стояли в углу так же просто, как какие-нибудь зонтики или трости. А на оленьих рогах **висели береты с орлиными перьями** (выделено нами. – В. К., С. К.) [15, с. 98-199]. <...>

Лицо Воланда было скошено на сторону, правый угол рта оттянут книзу, **на высоком облысевшем лбу** были прорезаны глубокие параллельные острым бровям морщины (выделено нами. – В. К., С. К.) [15, с. 246]. <...>

Воланд был со шпагой, но этой обнажённой шпагой он пользовался как тростью, **опираясь на неё. Прихрамывая,** Воланд остановился возле своего возвышения... (выделено нами. – В. К., С. К.) [15, с. 265].

2. «Дьявол»:

Электрические лампочки, разгораясь, задрожали багровыми угольками под сводами: швейцар проснулся внизу.

В тёмном проломе дверей № 15 стоит **всклопоченный и бледный человек в одном белье.** Его большое тело трясётся. Его корчит. Он **царапает себе лицо, и в крови его бледное лицо, а глаза блуждают.** Он плачет навзрыд, как дитя.

– Дьявол. Дьявол ушёл... Есть, и нет, все, ничто... **Держите Дьявола:** он задушит землю. Он был у меня и ушёл, **держите его...** <...>

– Швейцар, посмотрите, что он наделал!

– **Он буйствует!**

– **Его в больницу надо отвезти!..**

Швейцар, потирая плечи от холода, стоит перед прижатой к окну толпой, как нахохленная наседка. Он равнодушно оглядывает человека на тёмном пороге.

– **Сначала его надо связать, а повезём потом...** (выделено нами. – В. К., С. К.) [14, с. 85-87].

«Мастер и Маргарита» (Глава 5 «Было дело в Грибоедове»):

Швейцар, вышедший в этот момент из дверей ресторанной вешалки во двор, чтобы покурить, затоптал папиросу и двинулся было к привидению с явной целью преградить ему дорогу в ресторан, но почему-то не сделал этого и остановился, глуповато улыбаясь. <...>

Он был бос, в разодранной беловатой толстовке, к коей на груди английской булавкой была приколот бумажная иконка со стершимся изображением неизвестного святого, и в **полосатых белых кальсонах**. <...>

Правая щека Ивана Николаевича была свежее изодрана. <...>

– <...> Слушайте меня все! Он появился! **Ловите же его немедленно**, иначе он натворит неописуемых бед! <...>

– Ну вот что, граждане: звоните сейчас в милицию, чтобы выслали пять мотоциклов с пулемётами, **профессора ловить**. <...>

Через четверть часа чрезвычайно поражённая публика не только в ресторане, но и на самом бульваре и в окнах домов, выходящих в сад ресторана, видела, как из ворот Грибоедова Пантелей, **швейцар**, милиционер, поэт Рюхин **выносили спеленатого, как куклу, молодого человека...** (выделено нами. – В. К., С. К.) [15, с. 63-66].

3. «Дьявол»:

– Почему меня привезли сюда? Я не сумасшедший.

– А, **конечно же вы не сумасшедший**, – шурит на него пытливый взгляд седой доктор. **В глазах у доктора привычный испуг непонимания.** Он состарился в этой клинике, и он знает, **что их не понять и что все они говорят так ясно, задумчиво и тихо перед припадком.** Доктор взял со стола в сухенький кулачок металлический молоточек и вертит его меж пальцев, хитро сощурившись.

– **Вы можете идти домой, если чувствуете себя здоровым...** Вы, кажется, **поэт или художник?** <...>

– Да, **я поэт**, – отвечает он тихо. **Хорошо, я пойду домой.** Только теперь мне всё равно, пусть меня спрячут в сумасшедший дом, пусть убьют, – всё равно. Теперь всё кончено, не написать мне «Корабли Воскресения», потому что **Дьявол душит землю.** <...>

– Я спокоен. Мне теперь всё равно, когда **ходит по земле Дьявол.** Разве вы не знаете, что он ходит. Разве вы не задыхаетесь... **Вы белые лжецы. Вы меня вокруг пальца обводите.**

Мягкий кулак ударил о стол. Чернильница подпрыгнула. Завязали металлические молоточки, медная пепельница, зеленый стаканчик с карандашами.

Старый доктор быстро нажал кнопку электрического звонка... (выделено нами. – В. К., С. К.) [14, с. 98-99].

«Мастер и Маргарита» (Глава 6 «Шизофрения, как и было сказано»)

– Вот, доктор, – почему-то таинственным шёпотом заговорил Рюхин, пугливо оглядываясь на Ивана Николаевича, — известный **поэт** Иван Бездомный... <...>

– А на что же вы хотите пожаловаться?

– На то, что меня, здорового человека, схватили и силой приволокли в сумасшедший дом! – в гневе ответил Иван.

Здесь **Рюхин всмотрелся в Ивана и похолодел: решительно никакого безумия не было у того в глазах. Из мутных, как они были в Грибоедове, они превратились в прежние, ясные.** <...>

– Вы находитесь, – спокойно заговорил врач, присаживаясь на белый табурет на блестящей ноге, – не в сумасшедшем доме, а в клинике, где **вас никто не станет задерживать**, если в этом нет надобности. <...>

– А почему вас, собственно, доставили к нам? – спросил врач, внимательно выслушав объяснения Бездомного. <...>

– Консультанта я ловлю, – ответил Иван Николаевич и тревожно оглянулся. <...>

– А иконка зачем?

– Ну да, иконка... – Иван покраснел, – иконка-то больше всего и испугала, – он опять ткнул в сторону Рюхина, – но дело в том, что **он, консультант, он, будем говорить прямо... с нечистой силой знает...** и так его не поймаешь. <...>

Затем он повернулся к врачу, протянул ему руку, сухо сказал «до свидания» и собрался уходить.

– Помилуйте, куда же вы хотите идти? – заговорил врач, вглядываясь в глаза Ивана, – глубокой ночью, в бельё... Вы плохо чувствуете себя, оставайтесь у нас!

– Пропустите-ка, – сказал он санитарам, сомкнувшись у дверей. – Пустите вы или нет? – страшным голосом крикнул поэт.

Рюхин задрожал, а **женщина нажала кнопку в столике**, и на его стеклянную поверхность выскочила блестящая коробочка и запаянная ампула.

– Ах так?! – дико и затравленно озираясь, произнес Иван, – ну ладно же! Прощайте... – и **головой вперёд он бросился в штору окна. Раздался удар, но небыющиеся стёкла за шторой выдержали его, и через мгновение Иван забился в руках санитаров. Он хрипел, пытался кусаться, кричал:**

– **Так вот вы какие стёклышки у себя завели!..** (выделено нами. – В. К., С. К.) [15, с. 67-71].

4. «Дьявол»:

Без слов поёт хор во мгле, и каждый певец в хоре слышит только свой стиснутый, воющий лад. Но песнь смутная и, качаясь ровными ударами ритма, бьёт неумолкаемой волной... «Я сейчас ступлю шаг и провалюсь в бездну: меня проглотит песня, – думает он, и прижимает спину к дверям, и осторожно шарит за спиной пальцами, отыскивая медную ручку. «Я забыл: дверь закрыта. Теперь всё равно меня проглотит песня»...

Со стола кто-то мягко спрыгнул. Зашлёпали туфли. Он чувствует, как чьи-то руки протянулись к нему из мглы, тычутся, гладят по плечам. Он всматривается в темноту и близко видит белёхое, широкое лицо. Он различает любопытно поднятые дуги бровей, крупный мягкий нос, обвислые и ошипанные усы, клоч волос над крутым лбом. Лицо доброе, русское, чем-то знакомое и чем-то милое.

– Здравствуйте, – тычется тот ему в грудь. Здесь очень темно, я еле вижу вас... Почему вы стоите у дверей?

– Я боюсь.

– Вот пустяки. Сумасшедшие совсем не страшные. Вы привыкнете. Я привык.

Человек с широким, добрым лицом дёргает его за рукав халата, улыбается и подмигивает.

– Неужели вы испугались? Пойдемте.

– Куда?

– Всё равно куда. В сторонку. Я очень рад вас видеть. У меня есть к вам дело... Разрешите представиться: Владимир Петрович Смирнов, заводской химик. Пойдёмте же. <...>

Суровые викинги и римские легионеры ожидают здесь вновь. Здесь горят, поют и трепещут в лихорадочном огне озарений гениальные изобретатели и философы, великие патриархи и императоры, пламенные пророки, радостные художники, кроткие поэты... [14, с. 101-102; 108].

«Мастер и Маргарита» (Глава 13 «Явление героя»):

Итак, неизвестный погрозил Ивану пальцем и прошептал: «Тсс!»

Иван спустил ноги с постели и всмотрелся. С балкона осторожно заглядывал в комнату бритый, темноволосый, с острым носом, встревоженными глазами и со свешивающимся на лоб клоком волос человек примерно лет тридцати восьми.

Убедившись, что Иван один, и прислушавшись, таинственный посетитель осмелел и вошёл в комнату. Тут увидел Иван, что пришедший одет в больничное. На нём было бельё, туфли на босу ногу, на плечи наброшен бурый халат. <...>

Гость долго грустил и дергался, но наконец заговорил:

– Видите ли, какая странная история, я сижу здесь из-за того же, что и вы, именно из-за Понтия Пилата, – тут гость пугливо оглянулся и сказал: – Дело в том, что год тому назад я написал о Пилате роман.

– Вы писатель? – с интересом спросил поэт. Гость потемнел лицом и погрозил Ивану кулаком, потом сказал:

– Я мастер [15, с. 129, 134].

Итак, мы видим, что романы Лукаша и Булгакова имеют ряд совпадений. Скорее всего, Булгаков держал у себя эмигрантское издание романа Лукаша «Дьявол» и не раз обращался к нему при написании глав о психиатрической больнице Стравинского, накаля атмосферу массового психоза в романе.

Новые источники можно обнаружить и в сцене на Патриарших прудах в разговоре Воланда с «замученными икотой литераторами» от абрикосовой воды. Первый источник касается главной темы спора между Воландом и Берлиозом – существования исторического Иисуса Христа. Эта тема – реальной ли личностью был Христос или являлся мифом, – или, скорее, сама идея спора, возможно, могла быть подсказана писателю повестью Н. Огнёва (М.Г. Розанова) «Дневник Кости Рябцева» (1926–1928). Процитируем её фрагмент по журнальному варианту, так как в книжном варианте этот фрагмент был купирован. Отрывки из «Дневника Кости Рябцева» публиковались в ленинградском журнале «Красная Панорама», активным читателем которого являлся Булгаков⁵:

⁵ В журнале «Красная Панорама» (№ 19–22, 24 за 1925 г.) были напечатаны отрывки из повести Булгакова

«Любовь к ближнему (Из «Дневника Кости Рябцева»))»:

Так или иначе, но Володька стал меня охаживать, словно девчонку. И я никак не мог понять его цели. Говорил он разные такие вещи, о которых у нас и думать-то забыли, и я решил, что это за границей только помнят. Прежде всего, началось о Христе, и как я к нему отношусь.

Я ответил, что к Христу могу относиться только как вполне сознательный и здравомыслящий человек, а именно: **никакого Христа никогда не было**, а был лунный миф, – это по Немоевскому, – а новейшая теория Морозова, которая даже ещё не опубликована, а только в газетах была, это что Христос был, но жил он на четыре века позже, чем сказано в разных евангелиях, и был из аристократического рода. Но мне-то кажется, был он или не был, это всё равно, от этого положение не меняется, важно то, что он проповедовал.

Со всем этим, надо заметить, Володька согласился и говорит, что **ему тоже не важно, был или не был Христос**, но вот учение Христа, по словам Володьки, важно и к нему следует прислушаться. <...> **На это я опять возразил, что мы, материалисты, уже отталкиваемся от учения Маркса и Ленина, и что больше нам никаких трамплинов не нужно** (выделено нами. – В. К., С. К.) [16, с. 3].

«Мастер и Маргарита»:

– Если я не ослышался, **вы изволили говорить, что Иисуса не было на свете?** – спросил иностранец, обращая к Берлиозу свой левый зелёный глаз.

– Нет, вы не ослышались, – учтиво ответил Берлиоз, – именно это я и говорил. <...>

Иностранец откинулся на спинку скамейки и спросил, даже привизгнув от любопытства:

– **Вы – атеисты?!**

– **Да, мы – атеисты**, – улыбаясь, ответил Берлиоз, а Бездомный подумал, рассердившись: «Вот прицепился, заграничный гусь!»

– Ох, какая прелесть! – вскричал удивительный иностранец и завертел головой, глядя то на одного, то на другого литератора.

– **В нашей стране атеизм никого не удивляет**, – дипломатически вежливо сказал Берлиоз, – **большинство нашего населения сознательно и давно перестало верить сказкам о божестве** (выделено нами. – В. К., С. К.) [15, с. 12].

Следует добавить, что задача, поставленная Берлиозом Ивану Бездомному – сде-

ва «Роковые яйца» под первоначальным названием «Луч жизни» (в № 24 под названием «Роковые яйца»).

лать Христа несуществующей личностью – могла появиться в романе Булгакова не только благодаря «Дневнику Кости Рябцева» или упомянутому в нём творчеству писателя и публициста Анджее Немоевского, посвятившего много работ истории христианства, – в частности, доказательствам о мифическом происхождении Христа, – но и труду английского историка религий Джона Робертсона. В 1930 г. в массовом издательстве «Атеист» была выпущена его книга «Первоначальное христианство», где уже в предисловии советский читатель встречался с такими утверждениями: Робертсон «давал решение основной проблемы христианства, – был ли христос? – в том смысле, что его не было», и «...делал вывод, что Иисус есть миф, и подтверждал этот вывод критикой новозаветных текстов» [17, с. 9-10]. В самой же работе наиболее сильными выпадами в области развенчания образа Христа как личности и создания теории литературной компиляции Иисуса из всех известных мифов отличался третий раздел первой части книги «Личность мнимого основоположника». Более того, жизнь Христа в этом разделе Робертсон изложил как «драматическую композицию <...>, возникшую в духе языческих мистерий-драм и отдельного первобытного обряда человеческого жертвоприношения». «Вероятно, само имя «Иисус»⁶, – писал английский исследователь, –

относилось еще к древнему обряду; а существующий евангельский рассказ – переделка более простой и ранней иудейской ритуальной драмы, сочинённой язычниками-христианами после падения Иерусалима. Перед нами, таким образом, не история, а миф. Иисус здесь уподобляется не Магомету, а Дионису и Озирису [17, с. 28-29].

Далее следовали сами авторские доказательства роли Христа как героя ритуально-мифологической драмы. Не имея места для их пересказа или цитирования, мы только ещё раз подчеркнём: работа Робертсона вполне могла повлиять на взгляды редакто-

⁶ В других местах книги «Первоначальное христианство» Робертсон часто употребляет вместо Иисуса или Христа словосочетание «мифологический Иешоа», что имеет немалое значение в плане выбора имени героя в романе и темы спора Воланда и Берлиоза.

ра-эрудита и «инженера человеческих душ» Берлиоза в его споре с Воландом.

Следующий источник – не литературный, но он также связан с мотивом массового психоза и придаёт сцене ещё больший фарсовый оттенок. И дело здесь не в том, что литераторы втайне считают Воланда «сумасшедшим немцем или только что спятившим на Патриарших», и не в том, что Воланд прочит Бездомному заболевание шизофренией и советует побеседовать по этому поводу с профессором из «больницы для душевнобольных», – а в том, что представители советской литературной номенклатуры напились «абрикосовой», продающейся специально для участников массового праздника – первомайской демонстрации трудящихся [9, с. 467]. Как врач, Булгаков прекрасно знал, что для усмирения буйных больных в психиатрических клиниках вводят внутримышечные инъекции абрикосового масла, которое сокращает мышечные движения и вызывает галлюцинации. Так неромантичный и придирчивый читатель может объяснить и появление Воланда с «клетчатым», и последующий рассказ о Понтии Пилате, и психосоматическое состояние Берлиоза, попавшего под трамвай.

В сцене на Патриарших представляется заимствованной и способность Воланда преодолевать пространство и время, присутствуя в разных уголках земли и в разные периоды человеческой истории: во времена Понтия Пилата или Иммануила Канта. Такое свойство «физики» дьявола, – как и святых, ангелов, Богородицы, Христа – присуще вообще всей агиографической литературе, издающейся в дореволюционное время в массовом масштабе. Но светским, чисто литературным источником можно, мы считаем, признать очерк «Граф Кальостро – чародей прошлого века» популяризатора биографий Месмера и Калиостро в России Н. Калашникова [18]. Произведение, в частности, описывало посещение Калиостро Санкт-Петербурга, где ему покровительствовал сам князь Потёмкин. Думается, Булгаков произведение читал и не мог не обратить внимание на один из разговоров всемогущего фаворита с магом:

Когда князь Тавриды спросил его, сколько ему лет, он совершенно серьёзно ответил:

– Почти столько же, сколько прошло от потоп...

– Но разве вы жили во времена Спасителя?

– Не только жил, но имел счастье с волхвами поклониться Младенцу...

– И видели всех Апостолов?

– С Петром я был особенно дружен и сам закрыл ему глаза...

– Может быть, встречались с нашими царями: Грозным, Михаилом Фёдоровичем...

– **Я был только раз в России, когда совершалось крещение народа Владимиром. О, это был торжественный день...** (выделено нами. – В. К., С. К.) [18, с. 50-51].

ВЫВОД

Анализ мотива массового психоза и его художественных деталей в романе «Мастер и Маргарита» открывает перед нами новые литературные и историко-культурные источники, которыми пользовался художник. Они привносились Булгаковым в произведение постепенно, в ходе освоения историко-культурного, литературного и жизненного пространства, благодаря первоначальной профессии врача и интересу к одному из разделов медицины – психиатрии. Для воссоздания атмосферы массового психоза писатель использовал приём пародии. От истерии к мистерии, от высокого к низкому, от смеха к печати ужаса на лице, – таков путь булгаковской пародии.

Источники позволяют по-новому взглянуть на романтическое содержание произведения, акцентировать внимание на особенностях мотива сумасшествия в романе и наметить контуры дальнейших разработок мотива массового психоза не только в творчестве Булгакова, но и других писателей, в чьём творчестве отразились традиции Серебряного века. Степень теоретического и практического освоения мифопоэтического метода в сочетании с психографическим открывает большие перспективы в изучении литературного процесса в России первой трети XX столетия.

Список источников

1. Яблоков Е.А. Мотивы прозы Михаила Булгакова. М.: РГГУ, 1997. 199 с.
2. Джулиани Р. Булгаков и герои «Мастера и Маргариты» в зеркале меланхолии // Роман М. Булгакова «Мастер и Маргарита»: диалог с современностью / сост. и отв. ред. О.В. Богданова. СПб.: Изд-во РХГА, 2020. С. 137-151.
3. Тумгоева М.И. Мотив безумия в творчестве Н.В. Гоголя и М.А. Булгакова // COLLOQUIUM-JOURNAL. 2019. № 2-3. С. 67-68.
4. Капрусова М.Н. Трансформации образа пророка в романе «Мастер и Маргарита» М. Булгакова в контексте религиозной и культурной традиций // Роман М. Булгакова «Мастер и Маргарита»: диалог с современностью / сост. и гл. ред. О.В. Богданова. СПб.: Изд-во РХГА, 2020. С. 203-217.
5. Хубулава Г.Г. Тема безумия в русской литературе // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 6. Философия. Культурология. Политология. Право. Международные отношения. 2014. № 1. С. 61-70.
6. Шабалдина Е.В. Образ сумасшедшего дома в романе М.А. Булгакова «Мастер и Маргарита»: к вопросу о реализации мотива безумия // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2016. № 10 (64): в 3 ч. Ч. 3. С. 57-59.
7. Иванова Е.С., Алхуссейни С. Мотив безумия «гоголевского типа» в рассказе «Красная корона» М.А. Булгакова // Научно-методический электронный журнал «Концепт». 2016. Т. 42. С. 53-57.
8. Гаспаров Б.М. Литературные лейтмотивы. Очерки по русской литературе XX века. М.: Наука. Изд. фирма «Восточная литература», 1993. 304 с.
9. Соколов Б.В. Булгаков. Энциклопедия. М.: Эксмо; Алгоритм; Око, 2005. 832 с.
10. Рюмин Е. Массовые празднества / под ред. [и с предисл.] О.М. Бескина. Москва; Ленинград: Госиздат, 1927. 79 с.
11. Даль В. Толковый словарь живого великорусского языка: в 4 т. М.: Рус. яз., 1989. Т. 1. 160 с.
12. Андреева В.Г. Государство, власть, народ и человек в романе А.Ф. Писемского «Люди сороковых годов» // Неофилология. 2021. Т. 7. № 28. С. 670-683. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2021-7-28-670-683>
13. Писемский А.Ф. Люди сороковых годов: роман в пяти частях // Писемский А.Ф. Собрание сочинений: в 9 т. М.: Правда, 1959. Т. 4-5. 311+484 с.
14. Лукаш И. Дьявол. Мистерия. Берлин: Труд, 1922. 131 с.
15. Булгаков М.А. Собрание сочинений: в 5 т. М.: Худож. лит., 1990. Т. 5. 736 с.
16. Огнёв Н. Любовь к ближнему (Из «Дневника Кости Рябцева») // Красная Панорама. 1928. № 45. С. 3-5.
17. Робертсон Д. Первоначальное христианство / пер с англ. А. Рановича; с предисл. от редакции «Атеиста». Б. г.: Изд-во «Атеист», 1930. 165 с.
18. Калашиников Н. Граф Кальостро – чародей прошлого века. СПб.: А. Катанского и К°, 1893. 96 с.

References

1. Yablokov E.A. *Motivy prozy Mikhaila Bulgakova* [Motives of Mikhail Bulgakov's Prose]. Moscow, Russian State University for the Humanities Publ., 1997, 199 p. (In Russian).
2. Dzhuliani R. Bulgakov i geroi «Mastera i Margarity» v zerkale melankholii [Bulgakov and the heroes of The Master and Margarita in the mirror of melancholy]. *Roman M. Bulgakova «Master i Margarita»: dialog s sovremennost'yu* [Bulgakov's novel The Master and Margarita: a Dialogue with Modernity]. St. Petersburg, Russian Christian Academy for the Humanities Publ., 2020, pp. 137-151. (In Russian).
3. Tumgoyeva M.I. Motiv bezumiya v tvorchestve N.V. Gogolya i M.A. Bulgakova [The motive of madness in the works of N.V. Gogol and M.A. Bulgakov]. *COLLOQUIUM-JOURNAL*, 2019, no. 2-3, pp. 67-68. (In Russian).
4. Kaprusova M.N. Transformatsii obraza proroka v romane «Master i Margarita» M. Bulgakova v kontekste religioznoy i kul'turnoy traditsiy [Transformation of the prophet image in the novel "Master and Margarita" by M. Bulgakov in the context of religious and cultural traditions]. *Roman M. Bulgakova «Master i Margarita»: dialog s sovremennost'yu* [Bulgakov's novel The Master and Margarita: a Dialogue with Modernity]. St. Petersburg, Russian Christian Academy for the Humanities Publ., 2020, pp. 203-217. (In Russian).
5. Khubulava G.G. Tema bezumiya v russkoy literature [The theme of madness in Russian literature]. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Seriya 6. Filosofiya. Kul'turologiya. Politologiya. Pravo. Mezhduнародnyye otnosheniya* [Herald of Saint-Petersburg University. Series 6. Philosophy. Culturology. Political Science. Law. International relations], 2014, no. 1, pp. 61-70. (In Russian).

6. Shabaldina E.V. Obraz sumasshedshego doma v romane M.A. Bulgakova «Master i Margarita»: k voprosu o realizatsii motiva bezumiya [The image of a madhouse in the novel of M.A. Bulgakov “The Master and Margarita”: to the question of the realization of the motive of madness]. *Filologicheskiye nauki. Voprosy teorii i praktiki* – Philology. Theory and Practice, 2016, no. 10 (64): in 3 pts, pt 3, pp. 57-59. (In Russian).
7. Ivanova E.S., Alkhusseyini S. Motiv bezumiya «gogolevskogo tipa» v rasskaze «Krasnaya korona» M.A. Bulgakova [The motive of madness of “Gogol type” in the M.A. Bulgakov’s story “The Red Crown”]. *Nauchno-metodicheskiy elektronnyy zhurnal «Kontsept»* [Scientific and methodical electronic journal “Concept”], 2016, vol. 42, pp. 53-57. (In Russian).
8. Gasparov B.M. *Literaturnyye leytmotivy. Ocherki po russkoy literature XX veka* [Literary Leitmotifs. Essays on Russian Literature of the 20th Century]. Moscow, Nauka Publ., “Vostochnaya literatura” Publishing Firm, 1993, 304 p. (In Russian).
9. Sokolov B.V. *Bulgakov. Entsiklopediya* [Bulgakov. Encyclopedia]. Moscow, Eksmo Publ., Algoritm Publ., Obozreniya, 2005, 832 p. (In Russian).
10. Ryumin E., Beskina O.M. (ed.). *Massovyye prazdnestva* [Mass Festivals]. Moscow, Leningrad, Gosizdat Publ., 1927, 79 p. (In Russian).
11. Dal V. *Tolkovyy slovar’ zhivogo velikorusskogo yazyka: v 4 t.* [Explanatory Dictionary of the Living Great Russian Language: in 4 vols.]. Moscow, Russkiy yazyk Publ., 1989, vol. 1, 160 p. (In Russian).
12. Andreyeva V.G. Gosudarstvo, vlast’, narod i chelovek v romane A.F. Pisemskogo «Lyudi sorokovykh godov» [State, power, people and people in the novel by A.F. Pisemsky “Men of the Forties”]. *Neofilologiya – Neophilology*, 2021, vol. 7, no. 28, pp. 670-683. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2021-7-28-670-683>. (In Russian).
13. Pisemskiy A.F. Lyudi sorokovykh godov: roman v pyati chastyakh [Men of the Forties: a novel in five parts]. In: Pisemskiy A.F. *Sobraniye sochineniy: v 9 t.* [Collected Works: in 9 vols.]. Moscow, Pravda Publ., 1959, vol. 4-5, 311+484 p. (In Russian).
14. Lukash I. *D'yavol. Misteriya* [Devil. Mystery]. Berlin, Trud Publ., 1922, 131 p. (In Russian).
15. Bulgakov M.A. *Sobraniye sochineniy: v 5 t.* [Collected Works: in 5 vols.]. Moscow, Khudozhestvennaya literatura Publ., 1990, vol. 5, 736 p. (In Russian).
16. Ognev N. Lyubov’ k blizhnemu (Iz «Dnevnik Kostya Ryabtseva») [Love for My Neighbor (From the “Diary of Kostya Ryabtsev”)]. *Krasnaya Panorama* [Red Panorama], 1928, no. 45, pp. 3-5. (In Russian).
17. Robertson D. *Pervonachal’noye khristianstvo* [Initial Christianity]. Place not given, Ateist Publ., 1930, 165 p. (In Russian).
18. Kalashnikov N. *Graf Kal’ostro – charodey proshlogo veka* [Count Cagliostro – the Sorcerer of the Last Century]. St. Petersburg, A. Katanskogo i K° Publ., 1893, 96 p. (In Russian).

Информация об авторах

Колчанов Владимир Викторович, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры русской и зарубежной литературы, Тамбовский государственный университет им. Г.Р. Державина, г. Тамбов, Российская Федерация, ORCID: 0000-0001-9755-2378, vla-kolchanov@yandex.ru

Вклад в статью: поиск и анализ литературы, общая концепция статьи, написание части текста статьи.

Косякова Светлана Александровна, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры русской и зарубежной литературы, Тамбовский государственный университет им. Г.Р. Державина, г. Тамбов, Российская Федерация, ORCID: 0000-0001-8602-7076, Kosyackova.Svetlana@yandex.ru

Вклад в статью: идея, обзор данных, обработка и редактирование материала, написание части текста статьи.

Конфликт интересов отсутствует.

Статья поступила в редакцию 24.03.2022
Одобрена после рецензирования 17.05.2022
Принята к публикации 20.05.2022

Information about the authors

Vladimir V. Kolchanov, Candidate of Philology, Associate Professor, Associate Professor of Russian and Foreign Literature Department, Derzhavin Tambov State University, Tambov, Russian Federation, ORCID: 0000-0001-9755-2378, vla-kolchanov@yandex.ru

Contribution: literature research and analysis, general study conception, part manuscript text drafting.

Svetlana A. Kosyackova, Candidate of Philology, Associate Professor, Associate Professor of Russian and Foreign Literature Department, Derzhavin Tambov State University, Tambov, Russian Federation, ORCID: 0000-0001-8602-7076, Kosyackova.Svetlana@yandex.ru

Contribution: idea, data review, manuscript text editing, part manuscript text drafting.

There is no conflict of interests.

The article was submitted 24.03.2022
Approved after reviewing 17.05.2022
Accepted for publication 20.05.2022

Неофилология

Neofilologiya = Neophilology

ISSN 2587-6953 (Print)

<http://journals.tsutmb.ru/neophilology/>

ISSN 2782-5868 (Online)

Перечень ВАК, РИНЦ, DOAJ, Ulrich's Periodicals Directory, EBSCO, ResearchBib, CrossRef, НЭБ «eLIBRARY.RU», ЭБ «КиберЛенинка»

МЕДИАКОММУНИКАЦИИ И ЖУРНАЛИСТИКА MEDIA COMMUNICATIONS AND JOURNALISM

НАУЧНАЯ СТАТЬЯ

УДК 316.77; 070

DOI 10.20310/2587-6953-2022-8-2-324-332

Лингвобезопасность: антивакцинаторский медиадискурс в контексте аксиологических мировоззренческих трансформаций

Лидия Евгеньевна МАЛЫГИНА¹, Екатерина Сергеевна ПАВЛОВА² ✉

¹ФГБОУ ВО «Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова»

119991, Российская Федерация, г. Москва, Ленинские горы, 1

²АО «РусагроТранс»

107014, Российская Федерация, г. Москва, 2-я Боевская ул., 3

✉ epav1129@gmail.com

Аннотация. Рассмотрено влияние антивакцинаторского движения и его субстанциональных ценностных установок на пользователей социальных сетей в условиях пандемии COVID-19. Исследование было проведено на материалах социальных сетей ВКонтакте, Одноклассники, Telegram. Всего было проанализировано методом коммуникативного контент-анализа через моделирование количественных и качественных данных 2700 публикаций в период с 12 марта 2020 г. (начала пандемии) по 31 декабря 2021 г. При систематизации результатов использовался общенаучный описательный метод. Выявлены четыре дискурсивные практики антивакцинаторского медиадискурса, направляющие пользователей социальных сетей на восприятие определённого аспекта вакцинации и предполагающие различное обоснование стратегий сопротивления вакцинированию. В каждой дискурсивной практике представлены основные темы фейковых сообщений, также отмечены аргументативные модели антипрививочников в медиатекстах. Рассмотрена проблема оценки и интерпретации фактов в современном медиадискурсе. По результатам исследования сформулированы характерные черты сформировавшегося «цифрового партизанского медиадискурса», обозначены инструменты лингвобезопасности в социальных сетях. С целью охраны здоровья населения предложено сформировать программы по подготовке новых высокоспециализированных профессионалов, таких как «инфодемолог», где в равной степени будут учитываться информационные и биологические аспекты общественного здравоохранения.

Ключевые слова: антивакцинаторство, фейки, дискурсивные практики, модели аргументации, лингвобезопасность, медиадискурс, ценностные установки

Для цитирования: Малыгина Л.Е., Павлова Е.С. Лингвобезопасность: антивакцинаторский медиадискурс в контексте аксиологических мировоззренческих трансформаций // Неофилология. 2022. Т. 8, № 2. С. 324-332. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2022-8-2-324-332>



Материалы статьи доступны по лицензии [Creative Commons Attribution \(«Атрибуция»\) 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) Всемирная



Linguistic security: anti-vaccination media discourse in the context of axiological worldview transformations

Lidia E. MALYGINA¹, Ekaterina S. PAVLOVA² ✉

¹Lomonosov Moscow State University

1 Leninskie Gory, Moscow 119991, Russian Federation

²JSC "Rusagrotrans"

3 2nd Boyevskaya St., Moscow 107014, Russian Federation

✉ epav1129@gmail.com

Abstract. We consider the impact of anti-vaccination movement and its substantial value attitudes on social networks users in the context of the COVID-19 pandemic. The study is conducted on the materials of the social networks VKontakte, Odnoklassniki, Telegram. In total, 2700 publications are analyzed by the method of communicative content analysis through the modeling of quantitative and qualitative data from March 12, 2020 (the beginning of pandemic) to December 31, 2021. When systematizing the results, a general scientific descriptive method is used. Four discursive practices of the anti-vaccination media discourse have been identified, directing users of social networks to perceive a certain aspect of vaccination and suggesting different justification of vaccination resistance strategies. In each discursive practice, the main topics of fake messages are presented, and argumentative models of anti-vaccinators in media texts are also noted. The problem of evaluation and interpretation of facts in the modern media discourse is considered. According to the results of study, the characteristic features of the formed "digital guerrilla media discourse" are formulated, the tools of linguistic security in social networks are designated. In order to protect public health, it is proposed to form programs for the training of new highly specialized professionals, such as "infodemiologist", where information and biological aspects of public health will be equally taken into account.

Keywords: anti-vaccination, fakes, discursive practices, argumentation models, linguistic security, media discourse, value attitudes

For citation: Malygina L.E., Pavlova E.S. Lingvobezопасnost': antivaktsinatorskiy mediadiskurs v kontekste aksiologicheskikh mirovozzrencheskikh transformatsiy [Linguistic security: anti-vaccination media discourse in the context of axiological worldview transformations]. *Neofilologiya – Neophilology*, 2022, vol. 8, no. 2, pp. 324-332. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2022-8-2-324-332> (In Russian, Abstr. in Engl.)



This article is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



Цель статьи – обозначить влияние антивакцинаторского движения и его субстанциональных ценностных установок на пользователей социальных сетей в условиях пандемии COVID-19, а в качестве задач, соответственно, выявление дискурсивных практик и аргументативных моделей антипрививочников.

МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Теоретическую базу исследования составили работы по медиастилистике Н.И. Клу-

шиной, Л.Е. Малыгиной [1–3], исследования феномена фейков И.А. Стернина, А.М. Шестериной, С.С. Распоповой, Е.Н. Богдана, С.Н. Ильченко, О.С. Иссерс, А.П. Суходолова [4–8], исследования по моделям аргументации А.А. Тертычного, Г.В. Лазутиной, В.В. Тулупова, Л.Р. Дускаева [9–12] и аксиологической проблематики медиатекста В.И. Карасика, К.Р. Нигматуллиной [13–14]. Для исследования антипрививочного дискурса нами были выбраны следующие социальные сети: ВКонтакте, Одноклассники, Telegram,

как три социальные сети с наибольшим количеством фейковой информации и ошибочных суждений, касающихся коронавирусной инфекции, 41,5, 21,7 и 9,3 %, соответственно. Всего нами было проанализировано методом коммуникативного контент-анализа через моделирование количественных и качественных данных 2700 публикаций в период с 12 марта 2020 г. (начала пандемии) по 31 декабря 2021 г. При систематизации результатов использовался общенаучный описательный метод. В корпус анализируемых материалов включены не только сами посты в социальных сетях, но и комментарии к ним.

ВВЕДЕНИЕ

В условиях пандемии с марта 2020 г. цифровые медиа стали важной частью повседневной жизни, компании перевели на удалённую онлайн-работу сотрудников, школы перешли на онлайн-обучение, а также заказ продуктов и товаров, общение с близкими осуществлялся через Интернет. Новости о COVID-19 захватили информационную повестку, а социальные сети и блоги стали их основным источником для россиян. Согласно данным системы мониторинга и анализа СМИ Brand Analytics, в марте 2020 г. количество упоминаний о коронавирусе в день значительно превышало пик количества заболевших в день, который пришёлся на май 2020 г.¹ Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации в своём исследовании резюмировало, что аудитория сайтов традиционных СМИ в Интернете в период самоизоляции выросла суммарно на 150 миллионов человек благодаря росту интереса россиян к новостям, связанным с коронавирусом. Произошло «омедицивание» повседневной жизни². Толерантность к цифровой реальности стала компенсаторным эффектом неприятия и страха перед объективной реальностью. Наряду с эпидемией COVID-19 по миру главными угрозами стали «инфодемия» – актив-

ное распространение недостоверной, непроверенной информации о коронавирусной инфекции и «инфейкция» – влияние на аудиторию ложной информации о COVID-19. Генеральный директор ВОЗ Тедрос Адханом Гебрейесус объявил инфодемию главным врагом в борьбе с коронавирусом, с негативными последствиями которой призвал бороться. К таким последствиям относятся фейковые новости, дезинформация, догадки и конспирологические теории. Он подчеркнул, если на 20 процентов иммунизировать популяцию от слухов и фейков, это намного упростит лечение самой болезни (см.: [15]). Инфодемия способствовала экспансии информации, носящей яркий, скандальный, кликбейтный характер и не требующей её верификации, что привело к увеличению ещё большей социальной напряжённости в обществе. Начиная с января 2020 г. исследовательская группа «Мониторинг актуального фольклора» зафиксировала в российских социальных сетях почти два миллиона (точнее, 1951143) репостов слухов, псевдомедицинских советов, конспирологических трактовок новостей и панических предупреждений о так и не случившихся событиях. Все они были посвящены вирусу COVID-19 и борьбе с ним [16].

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

В реалиях масштабной инфейкции обеспокоенной аудитории было сложно отличить данные, основанные на доказательствах, от слухов и полуподтверждённых теорий. Опираясь на исследования фейков И.А. Стернина и А.М. Шестериной, мы рассматриваем фейк в широком смысле (от англ. “fake” – «ложный», «неправильный», «не соответствующий действительности») как «ложную информацию, не соответствующую действительности, которая может быть результатом не только продуманного намерения автора, но и следствием его непреднамеренной ошибки, излишней доверчивости, слепого следования авторитетам автора» [4]. Авторы разделяют фейк и оценочное суждение, говоря, что термин «фейк» применим лишь к новости или сообщению, содержащему утверждение, а оценочное суждение выносится за пределы термина, так как человек имеет право на любую оценку, в том числе и ошибоч-

¹ Чёрный В. Этот 2020 – как мы прожили год пандемии. 31.12.2020. URL: <https://br-analytics.ru/blog/social-media-analytics-pandemic/> (дата обращения: 25.11.2021).

² В условиях пандемии Интернетом стали пользоваться 78 % россиян. 21.09.2020. URL: <https://www.interfax.ru/russia/727863> (дата обращения: 25.11.2021).

ную. С.С. Распопова и Е.Н. Богдан среди фейков отдельно выделяют «фактоиды» – описательную информацию, в которой нет достаточной полноты и точности в отображении действительности. К фактоидам, по их мнению, относятся версии, домыслы, слухи, которые не имеют никаких подлинных источников, подтверждающих информацию в публикации [5]. Здесь важно учитывать, как пишет Н.И. Клушина, дискурс массмедиа тенденциозен по определению. Авторская интенция направлена не на поиск некой объективной истины, а скорее на подтверждение своей позиции, которую он считает истинной [1].

Проверка любого утверждения связана не столько с процедурой фактчекинга (процедура проверки текста на достоверность сообщаемой информации), сколько с рассмотрением текста как дискурсивной единицы. Таким образом, в медиадискурсе аксиологический аспект выходит на первый план оценки и интерпретации фактов, используемых идеологемы и номинации [13]. В новой короновирусной медиарациональности меняется понимание достоверности распространяемых сведений, характерными чертами которой становится не дефицит правды, а отсутствие лжи. Согласно исследованиям, дезориентированность аудитории в ситуации короновирусного кризиса связана со стремлением в социальных сетях получать информацию, поддерживающую их мировоззрение и восприятие окружающей среды, искать аргументы, её подтверждающие, игнорировать информацию, с которой не согласны [17]. В цифровой культуре симулякров идентичность приобретает новое значение, можно говорить о появлении в современном мире «*цифрового партизанского медиадискурса*» – приверженности аудитории массмедиа какой-либо идее или мнению; равнодушии, эмоциональной преданности, характерной для людей, решительно поддерживающих что-либо или кого-либо в сети Интернет. Данный феномен способствовал массовому распространению недостоверной информации в период пандемии. В социальных сетях активно коммерциализировали инфодемию с целью привлечь большее количество пользователей к своему контенту, сделать его кликабельным.

Группы «Мониторинг актуального фольклора» РАНХиГС и НИЦМУ «Центр междисциплинарных исследований человеческого потенциала» показали динамику распространения фейков в соцсетях с начала 2020 г. до середины мая 2021 г. Общий объём составил более 6 миллионов постов и репостов, содержащих различные фейки о коронавирусе. По результатам исследования видно, что инфодемия распространялась быстрее самого вируса COVID-19: массивная волна фейков была с середины февраля по конец марта 2020 г., когда было объявлено только о начале эпидемии, и количество заболевших было сравнительно невысоко³.

В соцсетях активнее всего конструировались фейки о вреде прививок. Когда в декабре 2020 г. в России стартовала вакцинация от коронавируса, вместе с тем произошёл всплеск активации антивакцинаторского дискурса. Слухи об опасности вакцины остаются востребованными в социальных сетях спустя год. По оценкам Brand Analytics, с ноября 2020 г. по октябрь 2021 г. в русскоязычных социальных сетях тема вакцин обсуждалась почти 33,8 миллиона раз. Лидером антипрививочного дискурса стала сеть «ВКонтакте». За последний год на долю площадки пришлось 41,5 % фейков о вакцинации среди всех популярных в России соцсетей. По итогам анализа Ассоциации интернет-технологов, здесь было создано 122 антивакцинаторских сообщества, включая группы и отдельные страницы с аудиторией более 200 тысяч человек. Учитывая, что антиваксеры могут состоять в нескольких группах одновременно, это, по меньшей мере, 24 миллиона подписчиков. В сети «Одноклассники» зафиксировано 21,7 % фейковой информации про прививки, 85 антивакцинаторских сообществ с 200 тысячами подписчиков с общим количеством пользователей почти 17 миллионов человек⁴.

В ходе исследования нам удалось выделить четыре дискурсивные практики анти-

³ Инфодемия в эпоху коронавируса. 07.06.2021. URL: <https://yandex.ru/company/researches/2021/covid-fakes> (дата обращения: 25.11.2021).

⁴ В России антипрививочники стали угрозой для миллионов людей. Почему они боятся вакцин и не верят в COVID-19. 24.12.2021. URL: <https://lenta.ru/articles/2021/12/24/antivaxers/> (дата обращения: 25.12.2021).

вакцинаторского медиадискурса, направляющие пользователей социальных сетей на восприятие определённого аспекта вакцинации и предполагающие различное обоснование стратегий сопротивления вакцинированию.

Первой по времени её появления стала **псевдомедицинская** дискурсивная практика, которая указывает на апелляцию к медицинским аргументам с тем, чтобы играть на поле врачебной власти, оспорить её монополию на описание вакцинации и её сугубо биологическое воздействие на человеческий организм. Среди самых популярных фейков здесь курсировали следующие темы (% – количество материалов на заданную тему от общего количества анализируемых единиц информации):

- вакцины вызывают бесплодие 47 %;
- вакцина приводит к смерти 39 %;
- вакцина изменяет ДНК 34 %;
- вакцина содержит абортированные эмбрионы, ртуть, графен 31 %;
- коронавируса не существует 19 %.

Для иллюстрации псевдомедицинской дискурсивной практики остановимся на самой популярной в ней теме бесплодия как побочного действия вакцины. Один из самых живучих фейков, который является абсолютной ложью, появился почти 40 лет назад. Информация, опубликованная о контрацептивной вакцине для диких животных, была очень критично воспринята представителями католической церкви в Европе. Религиозные противники абортотворения развернули кампанию против прививки, говоря, что человеческая вакцина от столбняка вызывает бесплодие у людей. Обоснованием этого стало содержание столбнячного токсина в животной прививке. Фейк стал настолько популярным, что ВОЗ пришлось проводить совместную пресс-конференцию с Ватиканом, чтобы разубедить людей⁵. Перерождению фейка во время пандемии способствовал стандартный процедурный вопрос, задающийся перед прививкой, планируют ли вакцинируемые детей, поскольку вакцинация во время наступления беременности проводится относительно редко. Люди неправильно интерпретировали необходимость такого вопроса. Исследования показали, что вакци-

ны от COVID-19 не имеют тератогенного эффекта и не влияют на способность зачать ребёнка.

Следующая дискурсивная практика антивакцинаторского дискурса, которую мы выделяем, **конспирологическая**. Главными темами в материалах были:

- Билл Гейтс, Дональд Трамп, мировое правительство и «золотой миллиард» 78 %;
- при вакцинации чипируют людей 73 %;
- вышки 5G распространяют коронавирус 52 %;
- коронавирус распыляют с самолётов 51 %.

В качестве примера рассмотрим фейк о химтрейлах, который очень популярен в социальных сетях. Реактивные самолёты в небе оставляют следы, состоящие из конденсированной воды и льда. По мнению антиваксеров, это биологическое оружие. *«А на самом деле нас травят с самолётов, люди заболевают химической пневмонией. Создали вакцинацию, в которой заложен вирус, и хотят, чтобы здоровые кололись. Если бы с самолётов не травили, не было бы ничего, никакого вируса, – пишет одна из активисток сообщества «НЕТ ПРИНУЖДЕНИЮ» в социальной сети Telegram Екатерина Танич.* Другой пользователь, называющий себя Ночным Почтальоном, утверждает, что химтрейлеры – это не только биологическое оружие, но и климатическое, якобы им активно пользуется правительство Испании: *«Нагкнулся на одно видео, что самолётами они могут создавать искусственные облака, чтобы солнце отражалось – чтобы не было нагрева. За климат борются».* Основой этого фейка стал отчёт Военно-воздушных сил США о климатических изменениях от 1996 г., в котором говорилось, что погода – это тоже оружие. Поскольку фейк активно публиковался в медиа ещё в 2015 г., комиссия Европарламента была вынуждена провести расследование и заявить, что информация полностью не соответствует действительности⁶. Здесь мы видим, также как и в псевдомедицинской дискурсивной практике, характер-

⁵ Бесплодие от вакцины стало новой фобией россиян. Откуда взялся этот миф? 19.01.2021. URL: <https://www.bfm.ru/news/463013> (дата обращения: 25.12.2021).

⁶ Newitz A., Steiner A. Here's Where the Chemtrail Conspiracy Theory Actually Came From. 24.09.2014. URL: <https://gizmodo.com/is-that-reflective-cloud-about-to-poison-you-and-change-1638680856> (accessed: 25.11.2021).

ную черту антивакцинаторского медиадискурса в целом – это рирайтинг старых фейков антипрививочников для новой вакцины против COVID-19. Можно предположить, что подобная стратегия несёт в себе коммерческий характер, фактор востребованности информации в социальных сетях определяет её уместность и необходимость независимо от качества предлагаемых материалов.

Третья дискурсивная практика – **паттерналистская**, связанная с опекунской риторикой по отношению к детям. Здесь главными темами недостоверных сообщений стали:

- вакцина вызывает аутизм 36 %;
- обязательная вакцинация беременных и детей без согласия родителей 31 %.

Примечательно, как пользователь социальной сети одним сообщением, которое является абсолютной ложью, запустил волну всех фейков разом в этой дискурсивной практике, спровоцировавшую огромное количество репостов. Впервые информация появилась в социальной сети ВКонтакте, опубликована была Асланом Гулиевым 21 ноября 2021 г. В сообщении мы находим традиционные маркёры фейков, анонимную атрибуцию, говорится о сотрудниках медицинских учреждений, представителях государственных и правоохранительных органов, пожелавших остаться неизвестными, также информацию, вызывающую сильный испуг и упоминание вакцины, которой не существует. В материале сообщалось, что с января 2022 г. в роддомах, школах и детсадах планируется использование новой партии вакцин «спутник5», «сарвак» и «спутник-лайт», прививки будут ставить принудительно без согласия родителей. Отмечалось, что препараты сделаны на основе абортированных эмбрионов. Подчёркивались необратимые последствия, риск возникновения деменции у детей.

Заключительная дискурсивная практика, которую мы отмечаем, является сквозной и для трёх других практик – это **законодательная практика**, в рамках которой происходит апелляция к правам человека, как попытка защитить граждан от институционального принуждения отдельных групп граждан вакцинироваться, риска остракизма. Часто происходит использование этой дискурсив-

ной практики не самостоятельно, в помощь при выстраивании аргументации.

Опираясь на исследования А.А. Тертычного моделей аргументации, который выделял четыре основные модели аргументации в медиатекстах: 1) фактологическую – установление реальности чего-либо; 2) оценочную – установление значимости чего-либо; 3) гипотетическую – установление возможности чего-либо; 4) предписательную – установление необходимости чего-либо, можно сказать, что основной моделью аргументации антивакцинаторского дискурса стала оценочная модель. «Обосновываемая оценка всегда есть результат соотнесения качеств (характеристик) оцениваемого явления с определёнными критериями (нормами, образцами, эталонами, стандартами, потребностями личности, социальной группы, общества и т. д.). Именно поэтому в данном случае в тексте и должен, прежде всего, устанавливаться факт существования определённых качеств (характеристик) предмета оценки» [9]. В качестве аргументов в материалах используются уже сформулированные кем-то оценки (специалисты в конкретной теме). Здесь мы встречаемся со всеми видами фейков: недостоверный источник, несуществующее лицо; ненадёжный источник, заинтересованный в той или иной интерпретации информации; панический свидетель, источник, эмоционально вовлечённый в событие; непроверенный источник. При этом аудиторией социальных сетей и нарративы автора, и нарративы экспертов воспринимаются как абсолютно достоверные. Участники антивакцинаторских сообществ открыто игнорируют информацию, с которой не согласны, а её приверженцев подвергают агрессивному речевому воздействию и блокируют. Вторая модель аргументации по частоте использования в социальных сетях, «гипотетическая», связана с необходимостью обосновать предположение о возможности какого-либо явления. Учёный устанавливает причинно-следственную связь между существующими фактами, из которой вытекает (не вытекает) возможность некоего, пока не существующего события [12]. В качественных медиатекстах находящиеся во взаимосвязи реальные факты будут выступать основаниями для прогностических утверждений автора. Мате-

риалы социальных сетей антивакцинаторского дискурса строятся на фактоидах с целью дениалистического манипулирования, то есть скрытого призыва к отрицанию основных фактов и концепций, которые являются частью научного консенсуса по вопросу вакцинации [18].

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Крупнейшие социальные сети и поисковые системы, такие как ВКонтакте, Яндекс, Twitter, Facebook, реализовали новые инструменты по борьбе с фейками, однако пока ни один из них не показал стопроцентного результата.

Платформа Яндекс Кью совместно с антропологами из группы «Мониторинг актуального фольклора» РАНХиГС и НЦМУ «Центр междисциплинарных исследований человеческого потенциала» провели исследование инфодемии. Они отмечают, что пользователи часто хотели именно проверить информацию, связанную с вакцинацией, но это касалось тем, которые имели практический характер для человека, например, [имеют ли право уволить за отказ от прививки от коронавируса], [может ли вакцина от коронавируса привести к бесплодию]. Ниже всего доля проверки в запросах про конспирологические фейки, например, про Билла Гейтса и «золотой миллиард». Поисковая система Яндекс выработала свою систему защиты пользователей от недостоверной информации. Теперь, когда пользователь задаёт запрос, который был выявлен в ходе исследования как ковидный фейк, он сразу видит опровержение⁷.

Российская социальная сеть ВКонтакте заявила, что правдивость публикуемой ин-

формации ими не проверяется. Сами пользователи посредством функции «пожаловаться» могут сообщить о недостоверной информации. В период пандемии модераторы стали удалять заведомо ложную информацию о коронавирусе и рекламу о чудодейственных средствах. Социальная сеть Twitter решила ввести маркировку с тремя степенями наносимого вреда: вводящая в заблуждение информация, спорные утверждения, непроверенные утверждения. Система ярлыков работает таким образом, что пользователь сможет перейти по ссылке на кураторскую страницу Twitter или внешний надёжный источник с дополнительной проверенной информацией. Facebook удаляет явно ложную информацию модераторами, компания сотрудничает с 55-ю агентствами, охватывающими 45 языков мира для проверки фактов. Также действует система маркировок.

Качество информации оказывает мощное влияние на психику людей, а порой может служить реальной угрозой как отдельным людям, так и нации в целом. Как мы видим, онтологический статус факта изменился, на первый план выходит его дискуссионная природа. Фактологическая аргументация становится настолько ненадежной, что без рассмотрения ценностей, которые стоят за представляемыми фактами, нельзя говорить о безопасности текста в целом. Лингвобезопасность становится актуальнейшей частью информационной безопасности. Процедура фактчекинга требует холистического подхода в обработке информации. С целью охраны здоровья населения важно сформировать программы по подготовке новых высокоспециализированных профессионалов, таких как «инфодемиолог», где в равной степени будут учитываться информационные и биологические аспекты при освещении тем общественного здравоохранения.

⁷ Инфодемия в эпоху коронавируса. 07.06.2021. URL: <https://yandex.ru/company/researches/2021/covid-fakes> (дата обращения: 25.11.2021).

Список источников

1. Клушина Н.И. Медиастилистика. М.: Флинта, 2018. 183 с.
2. Клушина Н.И. Стилистика интернет-текста. М.: Эдитус, 2019. 175 с.
3. Lebedeva S., Vakku G., Komarova N., Myshkina A., Malygina L. Non-fiction as Modern Format: Features of Formation and Modern Functioning in Russian Media // International E-Journal of Advances in Social Sciences. 2020. April. Vol. 6, issue 16. P. 16-22.
4. Стернин И.А., Шестернина А.М. Маркёры фейка в медиатекстах. Воронеж, 2021. 59 с.

5. Распопова С.С., Богдан Е.Н. Фейковые новости: информационная мистификация. М.: Аспект Пресс, 2018. 112 с.
6. Ильченко С.Н. Фейковая журналистика. Спецкурс. Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2019.
7. Иссерс О.С. Медиафейки: между правдой и мистификацией // Коммуникативные исследования. 2014. № 2. С. 112-123.
8. Суходолов А.П., Бычкова А.М. «Фейковые новости» как феномен современного медиaproстранства: понятие, виды, назначение, меры противодействия // Вопросы теории и практики журналистики. 2017. Т. 6. № 2. С. 143-169.
9. Тертышный А.А. Методы профессиональной деятельности журналиста. М.: ВК, 2011. 549 с.
10. Лазутина Г.В., Распопова С.С. Жанры журналистского творчества. М.: Аспект Пресс, 2011. 320 с.
11. Тулупов В.В. Моделирование в журналистике. Воронеж, 2010. 144 с.
12. Дускаева Л.Р. Диалогичность современных газетных текстов в аспекте речевых жанров. Пермь: Изд-во Перм. ун-та, 2003. 276 с.
13. Человек и его дискурс – 6: дигитализация коммуникативных практик / отв. ред. М.Р. Желтухина. Москва; Волгоград: ПринТерра-Дизайн, 2020. 330 с.
14. Нигматуллина К.Р. Ценность информации как предмет аксиологии журналистики // Век информации. 2016. № 2. С. 154-156.
15. Завалишин А.Ю., Костюрина Н.Ю. Вирусная информация: проблема достоверности в условиях пандемии // Проблемы и перспективы социально-экономического развития России в XXI веке: сб. ст. по материалам Всерос. науч. заочной конф. Хабаровск: Хабаровский гос. ун-т экономики и права, 2020. С. 90-99.
16. Архипова А.С., Радченко Д.А., Козлова И.В., Пейгин Б.С., Гаврилова М.В., Петров Н.В. Пути российской инфодемии: от WhatsApp до Следственного комитета // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2020. № 6. С. 231-265.
17. Пром Н.А. Объективность-субъективность: амбивалентность концепта «медиафакт» // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. 2018. № 10 (133). С. 89-95.
18. Marchi R. With Facebook, blogs, and fake news, teens reject journalistic «objectivity» // Journal of Communication Inquiry. 2012. Vol. 36. № 3. P. 246-262.

References

1. Klushina N.I. *Mediastilistika* [Mediastylistics]. Moscow, Flinta Publ., 2018, 183 p. (In Russian).
2. Klushina N.I. *Stilistika internet-teksta* [Internet Text Style]. Moscow, Editus Publ., 2019, 175 p. (In Russian).
3. Lebedeva S., Vakku G., Komarova N., Myshkina A., Malygina L. Non-fiction as modern format: features of formation and modern functioning in Russian media. *International E-Journal of Advances in Social Sciences*, 2020, April, vol. 6, issue 16, pp. 16-22.
4. Sternin I.A., Shesternina A.M. *Markery feyka v mediatekstakh* [Fake's Markers in Media Texts]. Voronezh, 2021, 59 p. (In Russian).
5. Raspopova S.S., Bogdan E.N. *Feykovyye novosti: informatsionnaya mistifikatsiya* [Fake News: Information Hoax]. Moscow, Aspekt Press Publ., 2018, 112 p. (In Russian).
6. Ilchenko S.N. *Feykovaya zhurnalistika. Spetskurs* [Fake journalism. Special Course]. Moscow, Berlin, Direkt-Media Publ., 2019. (In Russian).
7. Issers O.S. Mediafakey: mezhdu pravдой i mistifikatsiyey [Mediafake: between truth and hoax]. *Kommunikativnyye issledovaniya – Communication Studies*, 2014, no. 2, pp. 112-123. (In Russian).
8. Sukhodolov A.P., Bychkova A.M. «Feykovyye novosti» kak fenomen sovremennogo mediaprostranstva: ponyatiye, vidy, naznacheneye, mery protivodeystviya [Fake news as a modern media phenomenon: definition, types, role of fake news and ways of taking measures against it]. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki – Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2017, vol. 6, no. 2, pp. 143-169. (In Russian).
9. Tertychnyy A.A. *Metody professional'noy deyatel'nosti zhurnalista* [Methods of Professional Activity of a Journalist]. Moscow, VK Publ., 2011, 549 p. (In Russian).
10. Lazutina G.V., Raspopova S.S. *Zhanry zhurnalistikskogo tvorchestva* [Genres of Journalistic Creativity]. Moscow, Aspekt Press Publ., 2011, 320 p. (In Russian).
11. Tulupov V.V. *Modelirovaniye v zhurnalistike* [Modeling in Journalism]. Voronezh, 2010, 144 p. (In Russian).

12. Duskayeva L.R. *Dialogichnost' sovremennykh gazetnykh tekstov v aspekte rechevykh zhanrov* [Dialogical Nature of Modern Newspaper Texts in Terms of Speech Genres]. Perm, Perm State University Publ., 2003, 276 p. (In Russian).
13. Zheltukhina M.R. (executive ed.). *Chelovek i ego diskurs – 6: digitalizatsiya kommunikativnykh praktik* [Man and His Discourse – 6: Digitalization of Communicative Practices]. Moscow, Volgograd, PrinTerra-Design Publ., 2020, 330 p. (In Russian).
14. Nigmatullina K.R. Tsennost' informatsii kak predmet aksiologii zhurnalistiki [The value of information as a subject of axiology of journalism]. *Vek informatsii – Age of Information*, 2016, no. 2, pp. 154-156. (In Russian).
15. Zavalishin A.Y., Kostyurina N.Y. Virusnaya informatsiya: problema dostovernosti v usloviyakh pandemii [Viral information: the problem of reliability in a pandemic]. *Sbornik statey po materialam Vserossiyskoy nauchnoy zaochnoy konferentsii «Problemy i perspektivy sotsial'no-ekonomicheskogo razvitiya Rossii v XXI veke»* [Collection of Works Based on the Proceedings of the All-Russian Scientific Correspondence Conference “Problems and Prospects for the Socio-Economic Development of Russia in the 21st Century”]. Khabarovsk, Khabarovsk State University of Economics and Law Publ., 2020, pp. 90-99. (In Russian).
16. Arkhipova A.S., Radchenko D.A., Kozlova I.V., Peygin B.S., Gavrilova M.V., Petrov N.V. Puti rossiyskoy infodemii: ot WhatsApp do Sledstvennogo komiteta [Specifics of infodemic in Russia: from Whatsapp to the investigative committee]. *Monitoring obshchestvennogo mneniya: ekonomicheskiye i sotsial'nyye pereмены – Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*, 2020, no. 6, pp. 231-265. (In Russian).
17. Prom N.A. Ob'ektivnost'-sub'yektivnost': ambivalentnost' kontsepta «mediafakt» [Objectivity-subjectivity: the ambivalence of the concept of “media fact”]. *Izvestiya Volgogradskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta – Izvestia of the Volgograd State Pedagogical University*, 2018, no. 10 (133), pp. 89-95. (In Russian).
18. Marchi R. With Facebook, blogs, and fake news, teens reject journalistic «objectivity». *Journal of Communication Inquiry*, 2012, vol. 36, no. 3, pp. 246-262.

Информация об авторах

Малыгина Лидия Евгеньевна, доктор филологических наук, профессор Высшей школы (факультета) телевидения, Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, г. Москва, Российская Федерация, ORCID: [0000-0002-0056-8160](https://orcid.org/0000-0002-0056-8160), Researcher ID: [D-6901-2019](https://orcid.org/D-6901-2019), admlikbez@gmail.com

Вклад в статью: концепция исследования, идея и дизайн исследования, научное консультирование, общая концепция статьи, написание части текста и редактирование статьи, окончательное одобрение рукописи.

Павлова Екатерина Сергеевна, руководитель блока внутренних коммуникаций, АО «Русагротранс», г. Москва, Российская Федерация, ORCID: [0000-0001-7644-1564](https://orcid.org/0000-0001-7644-1564), epav1129@gmail.com

Вклад в статью: анализ литературы, подбор первичного материала, изучение источников, сбор и анализ данных, обработка результатов исследования, написание части текста и оформление статьи.

Конфликт интересов отсутствует.

Статья поступила в редакцию 03.01.2022
Одобрена после рецензирования 16.03.2022
Принята к публикации 24.03.2022

Information about the authors

Lidia E. Malygina, Doctor of Philology, Professor of Higher School (Faculty) of Television, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russian Federation, ORCID: [0000-0002-0056-8160](https://orcid.org/0000-0002-0056-8160), Researcher ID: [D-6901-2019](https://orcid.org/D-6901-2019), admlikbez@gmail.com

Contribution: study conception, study idea and design, scientific consulting, study main conception, manuscript part drafting and editing, final manuscript approval.

Ekaterina S. Pavlova, Head of Internal Communications Block, JSC “Rusagrotrans”, Moscow, Russian Federation, ORCID: [0000-0001-7644-1564](https://orcid.org/0000-0001-7644-1564), epav1129@gmail.com

Contribution: literature analysis, source material acquisition, sources study, data acquisition and analysis, research results processing, manuscript part drafting and design.

There is no conflict of interests.

The article was submitted 03.01.2022
Approved after reviewing 16.03.2022
Accepted for publication 24.03.2022

Неофилология

Neofilologiya = Neophilology

ISSN 2587-6953 (Print)

<http://journals.tsutmb.ru/neophilology/>

ISSN 2782-5868 (Online)

Перечень ВАК, ПИНЦ, DOAJ, Ulrich's Periodicals Directory, EBSCO, ResearchBib, CrossRef, НЭБ «eLIBRARY.RU», ЭБ «КиберЛенинка»

НАУЧНАЯ СТАТЬЯ

УДК 17.022.1+366.636

DOI 10.20310/2587-6953-2022-8-2-333-344

Формирование имиджа университета средствами корпоративных медиа

Андрей Васильевич ПРОХОРОВ

ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный университет им. Г.Р. Державина»
392000, Российская Федерация, г. Тамбов, ул. Интернациональная, 33

✉ proh_and@rambler.ru

Аннотация. Определена роль корпоративных медиа как основополагающего элемента медиауниверсума вуза в формировании его имиджа. Обозначена проблема построения имиджа университета, который в современных условиях вынужден конкурировать на профильных рынках (рынках абитуриентов, труда, репутаций и т. д.) в глобальном контексте. Рассмотрены сложившиеся подходы к толкованию категории «имидж университета». Имидж применительно к высшему учебному заведению в данном исследовании рассмотрен как совокупность наиболее ярких характеристик учебного заведения, отличающих его от конкурентов. Выделены 4 составляющих в структуре имиджа вуза: внутренний имидж, региональный имидж, национальный имидж, международный имидж. Материалы корпоративных изданий вузов последних лет иллюстрируют каждый из названных компонентов рассматриваемой структуры имиджа. В качестве примеров приведены материалы корпоративных изданий НИТУ «МИСиС», НИУ «Томский государственный университет», НИУ «Белгородский государственный университет», Донского государственного технического университета, Тамбовского государственного университета им. Г.Р. Державина и др. Особое внимание уделено международной составляющей, что определяется процессом интернационализации высшего образования, усилением международного измерения деятельности вузов.

Ключевые слова: университет, имидж, медиасреда, медиауниверсум, корпоративные медиа

Для цитирования: Прохоров А.В. Формирование имиджа университета средствами корпоративных медиа // Неофилология. 2022. Т. 8, № 2. С. 333-344. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2022-8-2-333-344>



Материалы статьи доступны по лицензии [Creative Commons Attribution \(«Атрибуция»\) 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) Всемирная



Formation of the university's image by means of corporate media

Andrey V. PROKHOROV

Derzhavin Tambov State University

33 Internatsionalnaya St., Tambov 392000, Russian Federation

✉ proh_and@rambler.ru

Abstract. We define the role of corporate media as a fundamental element of the university's media and universe in shaping its image. We identify the problem of building the university's image, which in modern conditions is forced to compete in specialized markets (markets of applicants, labor, reputations, etc.) in a global context. We consider the existing approaches to the interpretation of the category "university's image". The image in relation to a higher educational institution in this study is considered as a set of the most striking characteristics of an educational institution that distinguish it from competitors. There are 4 components in the structure of the university's image: internal image, regional image, national image, international image. The materials of corporate publications of universities in recent years illustrate each of these components of the considered image structure. As examples, we cite materials from corporate publications of NUST MISIS, Tomsk State University, Belgorod State University, Don State Technical University, Derzhavin Tambov State University, etc. Special attention is paid to the international component, which is determined by the process of internationalization of higher education, the strengthening of the international dimension of the activities of universities.

Keywords: university, image, media environment, mediauniverse, corporate media

For citation: Prokhorov A.V. Formirovaniye imidzha universiteta sredstvami korporativnykh media [Formation of the university's image by means of corporate media]. *Neofilologiya – Neophilology*, 2022, vol. 8, no. 2, pp. 333-344. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2022-8-2-333-344> (In Russian, Abstr. in Engl.)



This article is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



ВВЕДЕНИЕ

В условиях усилившейся конкуренции хозяйствующие субъекты заинтересованы в поиске дополнительных конкурентных преимуществ, к числу которых можно отнести развитую корпоративную культуру, позитивный имидж и узнаваемый бренд. Первые серьёзные исследования категории «имидж» появились за рубежом. Термин «имидж» в середине XX века в США использовался для обозначения механизма расширения ценностного диапазона товара. В 1980-х гг. существенная часть предприятий Великобритании занималась выработкой практических решений по укреплению имиджа как дополнительного конкурентного преимущества.

Позднее к технологиям формирования имиджа стали обращаться предприятия в США. В российскую практику данное понятие вошло значительно позже, получив осмысление в работах специалистов в сфере имиджелогии. В 1990-е гг. в теоретическом и прикладном плане получает развитие проблема формирования имиджа университета.

ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ИНТЕРЕС К ПРОБЛЕМЕ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА УНИВЕРСИТЕТА

В работах отечественных и зарубежных учёных в последние десятилетия освещаются теоретические и прикладные основы формирования и трансляции имиджа, а также смеж-

ных категорий – «бренда» и «репутации» применительно к товару/услуге, организации, стране/территории/городу, личности. Отечественная традиция исследования имиджа связана, в первую очередь, с работами И.В. Алёшиной, Н.В. Бекетова, Е.П. Голубкова, И.В. Грошева, В.Н. Домнина, Е.А. Дагаевой, А.А. Краснослободцева, А.Ю. Панасюка, А.П. Панкрухина, Г.Г. Почепцова, И.И. Решетниковой, М.В. Томилова, О.А. Феофанова, Э.А. Уткина, Е.Н. Якубенко и др. Западные традиции имиджологии и брендинга связаны с именами Д.А. Аакера, Т. Гэда, Ф. Котлера, Ж.Ж. Ламбена, Д. Огилви и др.

Проблема конкуренции не обошла стороной высшие учебные заведения. Наряду с конкуренцией за лучших абитуриентов, высококвалифицированные научные и педагогические кадры, вузы конкурируют на символическом уровне, а также на уровне репутаций [1–3]. Исследовательский интерес и публикационная активность по данному направлению свидетельствуют об актуальности и необходимости методических разработок в сфере формирования имиджа университетов, что обусловлено усилившейся конкуренцией между вузами, переформатированием ландшафта сферы высшего образования. Фокус исследовательского внимания направлен на проблемы позиционирования бренда университета, управления имиджем/брендом университета, технологии продвижения бренда учебного заведения, ребрендинга (Г. Дрори, И.А. Анисимова (Краева), О.И. Беляева, В.В. Волкова, И.В. Гвоздецкая, И.В. Грошев, Е.А. Дагаева, Ю.Ю. Звёздочкин, Е.А. Неретина, А.П. Панкрухин, Б.Ю. Сербиновский, В.В. Сибирев, А.В. Скрипкина, Г.Ф. Сунягин, Н.Р. Хачатурян, О.В. Фролова, Г.Р. Юсупова и др.).

В условиях глобализации сферы высшего образования актуальность приобретают исследования, посвящённые проблемам построения международного имиджа университета в контексте экспорта высшего образования [4–6]. Тем не менее отдельные теоретические и практические проблемы построения имиджа и бренда вуза, в частности специфика международного измерения имиджа вуза, требуют дальнейшей разработки. Ю.О. Иванова справедливо отмечает необходимость «более глубокого изучения принципов, мето-

дов, факторов, определяющих международный и экспортный имидж университетов» [6, с. 1039]. Усиление международного измерения в имидже ряда российских вузов приобрело значение в связи с участием в реализации проекта «5-100», ориентированного на повышение конкурентоспособности ведущих российских университетов, старт которого был дан в 2013 г.

ТРАКТОВКИ КАТЕГОРИИ «ИМИДЖ УНИВЕРСИТЕТА»

Многочисленные исследования различных типов имиджа, а также оформление научной и прикладной отрасли – имиджологии, не сняли проблему неоднозначности трактовки понятия «имидж». Кроме того, сама семантика английского слова “image” (от лат. “imago” – изображение, подобие) может ввести в заблуждение различными смысловыми оттенками («образ», «отражение», «копия» и т. д.).

Понятие «имидж», по мнению И.В. Алёшиной, зачастую наделяется упрощённым, поверхностным пониманием, технологии формирования имиджа при этом нередко сводятся к «косметическим» решениям [7]. Ф. Котлер в своих классических произведениях под имиджем понимает «восприятие компании или её товаров обществом» [8]. Нередко имидж трактуется как «образ», «репутация», «мнение широкой публики, потребителей и клиентов о престиже предприятия, его товарах и услугах» [9, с. 29].

Психологи акцентируют внимание на рассмотрении имиджа как целостной непротиворечивой структуры, системы. Для его построения необходимо работать со стереотипами массового сознания [10]. В работах А.Ю. Панасюка имидж понимается как манипулятивный, привлекательный психологический образ, который всегда ориентирован на восприятие, в основе которого лежат коммуникативные установки, ожидания и требования, присущие коллективному сознанию. Имидж предполагает сильный эмоциональный отклик; включает в себя одновременно элементы иллюзорности и реалистичности; прагматичен, то есть ориентирован на ограниченный круг задач, соответствующих целям организации или особенностям ситуации

для её развития; активен по своей природе и оказывает воздействие на сознание и поведение людей; не подлежит прямому измерению, оценить его можно лишь по отношениям, проявляющимся в общении, деятельности, выборе; имеет характер стереотипа [10].

Имидж кристаллизируется в результате отбора ограниченного числа характеристик из общей массы. Отобранные имиджевые характеристики позволяют осуществлять более интенсивное воздействие, поэтому следует отбирать только те характеристики, которые «заранее обречены на успех» [11, с. 12].

В коммуникативистике имидж – это образ реального факта, события, явления, лица, института, формирующийся из опыта личного общения, на основе сообщений средств массовой информации, слухов, рекламы, а также в результате профессиональной деятельности имиджмейкеров [12; 13].

Понятие «имидж» нередко определяют через такие понятия, как «репутация», «престиж», «авторитет». Под **репутацией** понимается комплекс оценочной информации, общее мнение о качествах, достоинствах и недостатках какого-либо объекта. Под репутацией рассматривается «общественная оценка, одна из основных имиджевых характеристик, основанная на создании мнения о достоинствах и недостатках чего-либо или кого-либо» [13, с. 236].

В маркетинге под **престижем** понимается особая ценность товаров или услуг, указывающая на высокий социальный статус их потребителей, соотносимый с «фирменностью приобретаемых ими продуктов» [14, с. 141-142].

Применительно к университету репутацию зачастую понимают синонимично понятию имидж: «устойчивое мнение о вузе у группы людей на основе сформированного у них образа данной организации, возникшего вследствие либо прямого контакта с вузом, либо на основе информации, полученной о вузе из других источников» [15, с. 51].

Категория репутации применительно к университету приобрела особое значение с развитием социальных сетей, в связи с чем уместно говорить об оценочном уровне медийного измерения вуза, который мы обозначаем термином «медиауниверсум университета». Сам имидж университета можно

отнести к ценностному уровню медиауниверсума, наряду с его миссией, корпоративной культурой и брендом (см. подробнее: [16]).

Сильный имидж способствует решению как коммуникационных, так и экономических задач. Изучение имиджа с экономических позиций позволяет выделить его качественные и количественные характеристики. Качественные характеристики, по мнению И.И. Решетниковой, «определяются экономическими, экологическими, финансовыми потребностями общества в деятельности фирм», а количественные – стоимость её гудвилла (*good will*), которая прямо включается в оценку бизнеса» [11, с. 10].

В условиях необходимости привлечения вузом средств из различных источников, а также в результате осуществления коммерческой деятельности важно учитывать экономический эффект, достижение которого возможно благодаря позитивному имиджу. Позитивный имидж, по мнению Ю.Ю. Звёздочкина и Б.Ю. Сербиновского, повышает ценность оказываемых услуг, поэтому может рассматриваться в качестве фактора, определяющего величину нематериальных активов организации, продвигающего услуги на профильных рынках, влияющего на ценовую политику вуза, способного принести дополнительный доход и прибыль [17, с. 5].

Понятие «имидж» применительно к университетам в отечественной теории и практике получило распространение в середине 1990-х гг., когда стало очевидно, что образование представляет собой услугу, нацеленную на удовлетворение потребностей общества. Конкуренция усугубляется расширением числа организаций, структур, платформ, предоставляющих образовательные услуги (коммерческие вузы, онлайн-платформы и сервисы). Обострение конкуренции на рынке образовательных услуг стало предпосылкой к обособлению категории «имидж вуза» и сферы деятельности по его формированию.

Необходимость глубокого изучения специфики построения имиджа и формирования бренда высшего учебного заведения как теоретического и практического явления определяется текущими потребностями в обеспечении конкурентоспособности в условиях глобального образовательного, научного и инновационного пространства. Имидж вуза

приобретает новое звучание в контексте философии академического капитализма, когда университеты рассматриваются как конкурирующие предприятия, ориентированные на коммерциализацию различных сфер деятельности.

В работах В.В. Волковой и О.В. Фроловой предлагается трактовка **образовательного имиджа** через совокупность характеристик, отличающих университет, «зафиксированных в определённых символах или формах информации, которые создаются и целенаправленно передаются различным целевым аудиториям в процессе внешних и внутренних коммуникаций, распознаются, фиксируются, оцениваются и воспринимаются ими и, приняв форму стереотипа, занимают определённое место в сознании (подсознании), определяют дальнейшие действия в отношении вуза» [18, с. 15; 19, с. 121].

Ряд исследователей акцентируют внимание на оценочной составляющей имиджа университета. Основываясь на глубоком анализе проблем, связанных с формированием, мониторингом и корректировкой имиджа университета, Ю.Ю. Звёздочкин и Б.Ю. Сербинковский предлагают трактовку понятия «имидж образовательного учреждения» через «положительное впечатление, престиж, репутацию образовательного учреждения, которые целенаправленно или невольно формируются и поддерживаются инструментами рационального и эмоционального воздействия на людей, отдельные профессиональные и непрофессиональные группы, широкую публику и общественность, создают дополнительные неоощаемые потребителем ценности, способствующие достижению успеха в деле, приобретению конкурентных преимуществ и укреплению позиций на рынке образовательных и научных услуг» [17, с. 34].

Н.Р. Хачатурян также указывает на оценочный компонент в понимании имиджа и предлагает рассматривать имидж вуза через оценку образовательного продукта студентами. Именно студенты, по её мнению, определяют оценку вуза, «которая отражает не только компетентностный подход вуза к образовательному процессу, но и его потенциал на рынке труда» [20, с. 86].

Можно согласиться, что имидж предполагает две составляющие: **информационную**

(**описательную**), представляющую собой некий образ организации или совокупность представлений об организации, а также оценочную составляющую, связанную с отношением представителей целевых аудиторий к учебному заведению [21]. Оценочная составляющая базируется на описательном компоненте, так как хранящаяся в памяти информация стимулирует оценки и эмоции различной степенью интенсивности. Организация оценивается в контексте прошлого опыта, мнений третьих лиц, ценностных ориентаций, общепринятых норм и моральных принципов. В реальности обе составляющие образуют единое целое – имидж [21].

Усилия по формированию благоприятного имиджа и сильного бренда зависят не только от действий руководства вуза, его сотрудников и студентов, но находятся также под влиянием факторов внешней среды, например, государства. В.В. Сибирев в своём исследовании обращается к обоснованию роли государства в формировании имиджа университета. По его мнению, взаимодействие вуза с целевыми группами опосредовано деятельностью государства в образовательной сфере. Например, «сигналы, посылаемые органами государственного управления общественности, оказывают не менее сильное воздействие на потенциальных абитуриентов, инвесторов, партнёров, чем сигналы, посылаемые самим вузом» [22, с. 6-7]. Коммуникационная политика вуза таким образом оказывается зависимой от образовательной политики и конкретных действий государства. Это обусловлено тем, что образование является общественным благом, воспроизводство которого регулируется органами государственного управления.

К числу факторов, влияющих на процесс формирования имиджа университета, по мнению В.В. Сибирева, следует относить действия государства. В частности, к таким действиям можно отнести **стратификацию вузов**, связанную с появлением университетов особого статуса – федеральных, опорных, национальных исследовательских. Другими направлениями, определяющими специфику восприятия имиджа вуза, являются **мониторинг эффективности вузов и государственная регламентация образовательной деятельности** [22]. Мониторинг проводится

в целях повышения качества образования, но может негативно сказываться на имидже и репутации вузов, попавших в список неэффективных или находящихся в числе аутсайдеров. Государственная регламентация образовательной деятельности охватывает процедуры лицензирования и аккредитации, что также может становиться предметом обсуждения представителями целевых аудиторий с последующим формированием репутационной информации.

ТРАНСЛЯЦИЯ РАЗЛИЧНЫХ ТИПОВ ИМИДЖА В КОРПОРАТИВНЫХ МЕДИА УНИВЕРСИТЕТА

Анализ сложившихся подходов к структуре имиджа организации позволяет выделить следующие элементы («слои») имиджа университета, которые могут рассматриваться как типы имиджа в зависимости от целевой аудитории: внутренний (ВИ), региональный (РИ), национальный (НИ) и международный имидж (МИ).

На рис. 1 представлена взаимозависимость обозначенных уровней. Мы полагаем, что национальный имидж является основой построения международного имиджа. Взаимодействие может проходить в обратном направлении: сложившийся международный имидж университета может положительным образом влиять на имидж вуза на национальном и региональном уровнях.

Каждый представленный уровень имиджа находит отражение в университетских медиа. **Внутренний имидж университета** включает представления педагогов, учёных и студентов о вузе, а также имидж предлагаемых образовательных услуг, отдельных образовательных программ. К факторам, определяющим внутренний имидж университета, относят характер корпоративной культуры вуза, социально-психологический климат организации. С учётом современных взглядов на сущность организации и её функционирование нередко проводится знак равенства между внутренним имиджем университета и его корпоративной культурой. Примером трансляции внутреннего имиджа в корпоративных медиа вуза, на наш взгляд, выступает интервью с директором Горного института НИТУ «МИСиС» А. Мясковым в газете «Горняцкая смена» (2020. Октябрь. № 7), посвящённое текущему состоянию института и планам на будущее. В интервью под заголовком «С хорошим настроением» говорится о том, что Горный институт сумел перестроиться в условиях пандемии и адаптировался к гибриднему формату обучения:

«Сегодня мы научились применять дистанционный формат обучения и для иностранных студентов, которые находятся за рубежом и не имеют возможность приехать в Россию, и для студентов, которые сами выбрали подобный формат».

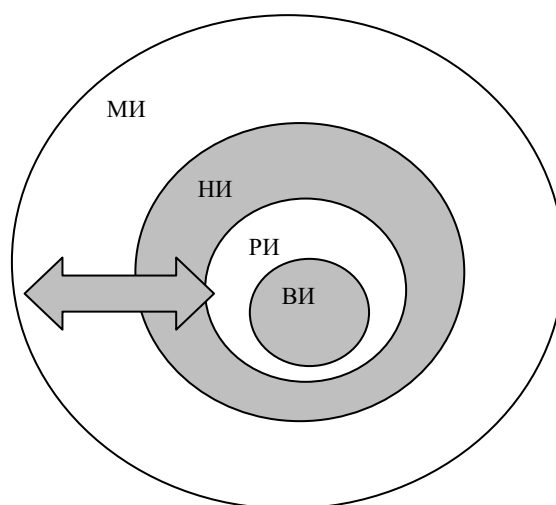


Рис. 1. Типы имиджа в зависимости от целевой аудитории
Fig. 1. Types of image depending on the target audience

Симбиоз очного и дистанционного обучения для всех нас новое явление, но первые недели текущего семестра позволили нам аккуратно войти и в этот процесс»¹.

В данном случае интервью обращено прежде всего к представителям внутренней аудитории (студентам, преподавателям, исследователям, административно-управленческому персоналу) в качестве свидетельства стабильной организации учебного процесса в условиях пандемии, в целях снижения напряжения среди вузовской общественности в кризисный период: *«Настроение хорошее, смотрим в будущее с оптимизмом. Горный институт, как и весь университет, спокойно продолжает свою работу»².*

Важную роль в конструировании позитивного внутреннего имиджа играют событийные коммуникации. В качестве элементов событийных коммуникаций можно рассматривать традиционные мероприятия (посвящение в студенты, линейки, конкурсы и олимпиады), а также корпоративные события, отражающие индивидуальность каждого отдельного вуза. К подобным корпоративным событиям в Тамбовском государственном университете им. Г.Р. Державина, например, можно отнести спортивные события: «Державинская миля», «Державинская лыжня», «Державинская регата». На данные события возлагается реализация следующих функций: укрепление корпоративной культуры вуза, формирование сообщества (команды) единомышленников, которые объединены общими целями и интересами. Подобные мероприятия со временем приобрели иной статус и резонанс: теперь они активно способствуют укреплению внешних позиций университета, повышая его известность в широких кругах общественности. Корпоративные медиа вуза являются основными площадками для освещения специальных событий вуза.

Региональный имидж вуза определяется оценкой таких критериев восприятия вуза, как: качество образования, разнообразие предлагаемых услуг, трудоустройство выпускников вуза, стоимость услуг, а также активное участие вуза в социально-экономическом развитии региона. Данные параметры подкрепляются репутационной

(оценочной) информацией, носителями и трансляторами которой являются родственники, знакомые, друзья, уже имеющие опыт обучения в конкретном вузе. Для региональных вузов данная составляющая имиджа является во многом приоритетной в силу ряда причин. Во-первых, региональные вузы традиционно ориентированы на «внутренний набор», и большинство абитуриентов и, в дальнейшем, студентов представляют регион функционирования университета. В пределах своих регионов о вузах, как правило, уже сложилось определённое мнение, вузы не сталкиваются с проблемой идентификации и позиционирования. Например, Тамбовский государственный университет им. Г.Р. Державина является очевидным лидером среди других вузов региона по контингенту обучающихся, по контингенту иностранных студентов, по количеству образовательных программ. Во-вторых, вузы в регионах по-прежнему удерживают статус научного, инновационного, образовательного и культурного центра региона; являются основным драйвером социально-экономического развития территории. Нередко данное позиционирование отражается в атрибутах бренда, например, слоганах (например, слоган ТГУ им. Г.Р. Державина «Развивайся сам, развивай Державинский, развивай регион!»).

Региональный компонент имиджа университета широко представлен в корпоративных изданиях российских вузов. Ректор Пензенского государственного университета А. Гуляков в материале *«Приоритет региональным вузам позволит многим территориям сделать рывок в развитии»* отмечает роль вуза в подготовке кадров для региональной экономики и социальной сферы:

«Приоритетность выделения бюджетных мест именно региональным вузам позволит исправить ситуацию нехватки кадров – врачей, учителей, инженеров. Более того, уверен, станет стимулом для закрепления молодых специалистов в регионе. Потенциал региональных вузов позволяет готовить специалистов высокого уровня, а их востребованность вкупе с достойной материальной оценкой труда в родном городе позволит многим территориям сделать значительный рывок в своём экономическом развитии»³.

¹ Горняцкая смена. 2020. Октябрь. № 7.

² Там же.

³ Университетская газета. 2020. 6 февр. № 1.

Фокус внимания на подготовке кадров для региональной экономики в представленном фрагменте важен в силу того, что региональные вузы выступают зачастую основными поставщиками кадров для отраслей региона, ситуация в которых часто осложняется дефицитом кадров, вызванным оттоком перспективных специалистов за пределы региона.

Национальный имидж вуза связан с ролью вуза в подготовке кадров для экономики страны. В данном контексте ведущие позиции занимают научно-исследовательские и федеральные университеты. Немаловажным фактором в формировании национальной составляющей имиджа вуза являются позиции, занимаемые учебным заведением в национальных рейтингах. На страницах газеты «Вести БелГУ» в материале «Быть среди лучших» отмечается:

«Авторитетное рейтинговое агентство RAEX впервые составило рейтинг влияния университетов России, в котором НИУ «БелГУ» занял 72 место в общем рейтинге и 27 – в рейтинге влияния на научное сообщество»⁴.

В материале приводятся критерии, которые принимались в расчёт экспертами при составлении рейтинга: «вклад вуза в формирование элит, его роль в научном сообществе, авторитет вуза среди молодёжи и воздействие на интернет-аудиторию»⁵.

Национальный имидж нередко связывают с такими параметрами деятельности вуза, как технологичность образования, научно-исследовательская деятельность, инновационность, уровень профессорско-преподавательского состава, известные/успешные выпускники, гибкость реакции на изменения внешней среды. Таким образом, формирование имиджа университета следует вести на основе информации о его лидирующем положении в подготовке специалистов определённого профиля, о направлениях научных исследований, кадровом потенциале, степени технической оснащённости, возможностях работы в современной информационной среде, увязывая её с общественно значимыми интересами с целью завоевания благожелательного отношения широких масс населения.

Возросшее значение **международного имиджа** университета связано с интернационализацией сферы высшего образования, которая рассматривается в качестве одного из следствий глобализационных процессов. Под интернационализацией принято понимать усиление международного измерения в деятельности вузов (программы академической мобильности, двойных дипломов, увеличение контингента иностранных студентов и т. д.) [23]. Под международным имиджем, на наш взгляд, следует понимать текущий или желаемый образ университета в глобальном пространстве, его место среди других университетов на мировом рынке образовательных услуг. Международный имидж вузов зачастую связывают с позициями университета в международных рейтингах. Международное измерение деятельности университета отражается в материалах, посвящённых вопросам интернационализации научной и образовательной деятельности вуза, академической мобильности студентов и сотрудников, занимаемым позициям в международных рейтингах вуза. В отдельных корпоративных изданиях вузов представлены рубрики, посвящённые международным аспектам деятельности (например, «Международная деятельность» в издании «Политехник» НИУ «Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого», «Международное» в газете «Воронежский университет»).

Включение российских университетов в международную повестку находит заметное отражение в материалах вузовской периодики, о чём свидетельствуют заголовки материалов: «Глобальные вызовы»⁶, «Подписано соглашение о сотрудничестве между НИТУ «МИСиС» и университетом Милано-Бикока (Италия)»⁷, «Готовить специалистов мирового уровня»⁸, «Проект 5-100: академическая мобильность институтов университета развивается успешно»⁹ и др.

Другим важным направлением интернационализации деятельности вуза и, как следствие, формирования международного имиджа, является «экспорт образования». В 2017 г. Министерством образования и науки

⁶ Горняцкая смена. 2020. Февр. № 1.

⁷ Сталь. 2020. 18 марта. № 2.

⁸ Офицерский сплав. 2015. Нояб. № 11.

⁹ Сеченовские вести. 2017. 1 апр. № 4.

⁴ Вести БелГУ. 2020. 6 апр. № 3.

⁵ Там же.

РФ был запущен национальный проект «Экспорт образования», который затронул российские вузы, являющиеся лидерами в данной сфере. Ключевая цель проекта, как заявлено на сайте проекта, «повысить привлекательность и конкурентоспособность российского образования на международном рынке образовательных услуг и таким образом нарастить сырьевой экспорт Российской Федерации»¹⁰.

На страницах газеты «Alma Mater» Томского государственного университета, одного из участников нацпроекта «Экспорт образования», под заголовком «Они уедут и расскажут о нашем университете своим друзьям»¹¹ представлен обширный материал о международных школах, реализуемых в вузе, и их потенциале в привлечении иностранных студентов.

Наиболее характерным атрибутом международного измерения деятельности вузов следует считать академическую мобильность студентов и преподавателей. В корпоративной вузовской прессе данное направление находит отражение в материалах, посвящённых возможностям академической мобильности учёных, преподавателей и студентов: «Я хочу учиться в вашей стране, дайте мне денег» – это плохая заявка на стипендию. Куратор стипендиальных программ DAAD в Томске – о том, как выиграть стипендию на обучение в немецком вузе»¹²; «IREX нужны лидеры»¹³, либо в качестве фиксации достижений в данной сфере: «Молодые учёные университета в Китае»¹⁴, «Стажировка в немецкой газете: миссия выполнена»¹⁵.

Характерным материалом, иллюстрирующим деятельность вуза в сфере академической мобильности, выступает интервью *Go with your gut* о фотографе «Проекта Alma Mater» Алёне Кардаш, которая в течение семестра училась на факультете фотожурналистики и документальной фотографии Высшей профессиональной школы Ганновера¹⁶.

Трансляторами (носителями) имиджа российской высшей школы выступают иностранные студенты, получившие образование в России, а также выпускники, которые продолжили дальнейшее обучение в зарубежных вузах. Значительным потенциалом для формирования позитивного имиджа вуза является обращение к успехам выпускников. В «Университетской газете» Пензенского государственного университета в рубрике «Выпускники» в заметке *Выпускник защитил диссертацию в крупнейшем техническом университете Нидерландов* говорится о выпускнике Кузнецкого филиала и факультета вычислительной техники ПГУ А. Илюшкине, который «успешно защитил докторскую диссертацию (PhD) в Делфтском техническом университете в Нидерландах»¹⁷.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Позитивный имидж университета по-прежнему рассматривается в качестве дополнительного конкурентного преимущества на различных рынках, на которых действует университет. Соперничество между университетами охватывает различные направления: за абитуриентов (в качественных и количественных параметрах), за привлечение высококвалифицированных кадров (педагогов, исследователей), за аккумуляцию средств из различных источников. Самостоятельным направлением конкурентной борьбы выступает конкуренция на символическом уровне (на уровне имиджа, бренда), на уровне репутаций.

В теории и практике имиджологии сложились различные подходы к определению структуры имиджа университета. В зависимости от его нацеленности на различные аудитории, имидж университета может быть представлен через внутренний имидж, региональный имидж, национальный имидж, международный (глобальный) имидж. Данные виды имиджей не функционируют изолированно, а чаще всего находятся во взаимовлиянии. Каждый из обозначенных видов имиджа университета транслируется в материалах корпоративных медиа, что было продемонстрировано на конкретных примерах.

¹⁰ Сайт Правительства РФ. URL: <http://government.ru/info/27864/> (дата обращения: 30.06.2021).

¹¹ Alma Mater. 2017. 27 сент. № 8. С. 8-9.

¹² Там же. С. 14-15.

¹³ Державинский вестник. 2003. Сент. № 9.

¹⁴ Вести Мичуринского ГАУ. 2016. Окт. № 9.

¹⁵ Молодёжный журнал ДГТУ «Плюс один». 2017. Сент. № 8.

¹⁶ Проект Alma Mater. 2017. Сент. № 6.

¹⁷ Университетская газета. 2020. 6 февр. № 1.

Список источников

1. Прохоров А.В. Аксиологические особенности формирования имиджа университета в условиях глобализации и интернационализации // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. 2010. Вып. 4 (84). С. 190-194.
2. Прохоров А.В. Корпоративная культура как основа формирования имиджа университета // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Гуманитарные науки. 2011. № 4. С. 50-56.
3. Прохоров А.В. Имидж университета в условиях глобализации // Социально-экономические явления и процессы. 2011. № 3-4. С. 458-461.
4. Беляева О.И., Коришонов Г.В. Бренд УГТУ в контексте интернационализации образования: арктический вектор и нефтегазовая доминанта // Высшее образование в России. 2017. № 4 (211). С. 131-136.
5. Ефимова И.Н. Имидж российских вузов в мировом образовательном пространстве // Высшее образование сегодня. 2013. № 8. С. 10-18.
6. Иванова Ю.О. Имидж как фактор продвижения университетов в условиях ориентации на экспорт высшего образования // Креативная экономика. 2020. Т. 14. № 6. С. 1037-1054.
7. Алёшина И.В. Корпоративный имидж: стратегический аспект // Маркетинг в России и за рубежом. 1998. № 1.
8. Котлер Ф. Основы маркетинга. 4-е евр. изд. Москва; Санкт-Петербург; Киев: Вильямс, 2008. 1200 с.
9. Голубков Е.П. Маркетинг. Словарь. М.: Экономика, Дело ЛТД, 1994. 160 с.
10. Панасюк А.Ю. Формирование имиджа: стратегия, психотехнологии, психотехники. М.: Изд-во «Омега-Л», 2008. 272 с.
11. Решетникова И.И. Формирование и развитие делового имиджа фирмы. М.: ЗАО «Изд-во Экономика», 2008. 271 с.
12. Шарков Ф.И. Имидж фирмы: технологии управления. М.: Академический проект, 2006. 272 с.
13. Шарков Ф.И. Современные маркетинговые коммуникации: Словарь-справочник. М.: Альфа-Пресс, 2006. 352 с.
14. Ильинский С.В. Общественные связи. Реклама. Маркетинг. М.: АСТ: Восток-Запад, 2006. 480 с.
15. Резник С.Д., Юдина Т.А. Система и механизмы управления репутацией высшего учебного заведения // Университетское управление: практика и анализ. 2010. № 2. С. 51-57.
16. Прохоров А.В. Уровневая модель медиауниверсума современного университета. Тамбов: Изд. дом «Державинский», 2021. 244 с.
17. Звёздочкин Ю.Ю., Сербиновский Б.Ю. Имидж-система университета. Новочеркасск: ЮРГТУ (НПИ), 2009. 266 с.
18. Волкова В.В. Педагогическая концепция формирования образовательного имиджа гуманитарного вуза: автореф. дис. ... д-ра пед. наук. М., 2010. 48 с.
19. Фролова О.В. Имидж как условие конкурентоспособности вуза // Высшее образование в России. 2012. № 6. С. 121-126.
20. Хачатурян Н.Р. Оценка образовательного продукта студентами как критерий реального имиджа вуза // Alma Mater (Вестник высшей школы). 2021. № 6. С. 86-90.
21. Томилова М.В. Модель имиджа организации // Маркетинг в России и за рубежом. 1998. № 1. URL: <http://www.cfin.ru/press/marketing/1998-1/05.shtml> (дата обращения: 10.10.2017).
22. Сибирев В.В. Социально-коммуникативные аспекты управления имиджем вуза: автореф. дис. ... канд. социол. наук. СПб., 2013. 137 с.
23. Прохоров А.В. Интернационализация как ведущая ценность академического сообщества // Социально-экономические явления и процессы. 2012. № 3. С. 157-162.

References

1. Prokhorov A.V. Aksiologicheskiye osobennosti formirovaniya imidzha universiteta v usloviyakh globalizatsii i internatsionalizatsii [Axiological peculiarities of university image formation in the context of globalization and internationalization]. *Vestnik Tambovskogo universiteta. Seriya: Gumanitarnyye nauki – Tambov University Review. Series: Humanities*, 2010, no. 4 (84), pp. 190-194. (In Russian).
2. Prokhorov A.V. Korporativnaya kul'tura kak osnova formirovaniya imidzha universiteta [Corporate culture as the basis for the formation of the university's image]. *Izvestiya vysshikh uchebnykh zavedeniy. Povolzhskiy region. Gumanitarnyye nauki – University proceedings. Volga region. Humanities*, 2011, no. 4, pp. 50-56. (In Russian).

3. Prokhorov A.V. Imidzh universiteta v usloviyakh globalizatsii [University image in globalization conditions]. *Sotsial'no-ekonomicheskiye yavleniya i protsessy – Social-Economic Phenomena and Processes*, 2011, no. 3-4, pp. 458-461. (In Russian).
4. Belyayeva O.I., Korshunov G.V. Brend UGTU v kontekste internatsionalizatsii obrazovaniya: arkticheskiy vektor i neftegazovaya dominanta [Brand potential of university in the context of internationalization of education in Russia: arctic vector, oil and gas dominant]. *Vyssheye obrazovaniye v Rossii – Higher Education in Russia*, 2017, no. 4 (211), pp. 131-136. (In Russian).
5. Efimova I.N. Imidzh rossiyskikh vuzov v mirovom obrazovatel'nom prostranstve [Image of Russian Universities in the world educational space]. *Vyssheye obrazovaniye segodnya [Higher Education Today]*, 2013, no. 8, pp. 10-18. (In Russian).
6. Ivanova Y.O. Imidzh kak faktor prodvizheniya universitetov v usloviyakh oriyentatsii na eksport vysshego obrazovaniya [Image as a factor of university promotion in the context of export orientation of higher education]. *Kreativnaya ekonomika – Creative Economy*, 2020, vol. 14, no. 6, pp. 1037-1054. (In Russian).
7. Aleshina I.V. Korporativnyy imidzh: strategicheskiy aspekt [Corporate image: strategic aspect]. *Marketing v Rossii i za rubezhom [Marketing in Russia and Abroad]*, 1998, no. 1. (In Russian).
8. Kotler F. *Osnovy marketinga [Marketing Basics]*. Moscow, St. Petersburg, Kiev: Williams Publ., 2008. 1200 p. (In Russian).
9. Golubkov E.P. *Marketing. Slovar' [Marketing. Dictionary]*. Moscow, Ekonomika, Delo LTD Publ., 1994, 160 p. (In Russian).
10. Panasyuk A.Y. *Formirovaniye imidzha: strategiya, psikhotehnologii, psikhotehniki [Image Formation: Strategy, Psychotechnologies, Psychotechniques]*. Moscow, "Omega-L" Publ., 2008, 272 p. (In Russian).
11. Reshetnikova I.I. *Formirovaniye i razvitiye delovogo imidzha firmy [Formation and Development of the Company's Business Image]*. Moscow, "Economy" Publ., 2008, 271 p. (In Russian).
12. Sharkov F.I. *Imidzh firmy: tekhnologii upravleniya [Company Image: Management Technologies]*. Moscow, Akademicheskii Proekt Publ., 2006, 272 p. (In Russian).
13. Sharkov F.I. *Sovremennyye marketingovyye kommunikatsii: Slovar'-spravochnik [Modern Marketing Communications: Dictionary Reference]*. Moscow, Alfa-Press Publ., 2006, 352 p. (In Russian).
14. Ilinskiy S.V. *Obshchestvennyye svyazi. Reklama. Marketing [Public Relations. Advertising. Marketing]*. Moscow, AST, Vostok-Zapad Publ., 2006, 480 p. (In Russian).
15. Reznik S.D., Yudina T.A. Sistema i mekhanizmy upravleniya reputatsiyey vysshego uchebnogo zavedeniya [System and mechanisms of management of universities reputation]. *Universitetskoye upravleniye: praktika i analiz – Journal University Management: Practice and Analysis*, 2010, no. 2, pp. 51-57. (In Russian).
16. Prokhorov A.V. *Urovnevaya model' mediauniversuma sovremennogo universiteta [Level Model of the Media Universe of a Modern University]*. Tambov, Publishing House "Derzhavinsky", 2021, 244 p. (In Russian).
17. Zvezdochkin Y.Y., Serbinovskiy B.Y. *Imidzh-sistema universiteta [Image System of the University]*. Novocherkassk, Platov South-Russian State Polytechnic University (NPI) Publ., 2009, 266 p. (In Russian).
18. Volkova V.V. *Pedagogicheskaya kontseptsiya formirovaniya obrazovatel'nogo imidzha gumanitarnogo vuza: avtoref. dis. ... d-ra ped. nauk [Pedagogical Concept of the Formation of Educational Image of a Humanitarian University. Dr. ped. sci. diss. abstr.]*. Moscow, 2010, 48 p. (In Russian).
19. Frolova O.V. Imidzh kak usloviye konkurentosposobnosti vuza [Image as a condition of university competitiveness]. *Vyssheye obrazovaniye v Rossii – Higher Education in Russia*, 2012, no. 6, pp. 121-126. (In Russian).
20. Khachatryan N.R. Otsenka obrazovatel'nogo produkta studentami kak kriteriy real'nogo imidzha vuza [Evaluation of educational product by students as criterion of real image of university]. *Alma Mater (Vestnik vysshey shkoly) – Alma Mater (Higher School Herald)*, 2021, no. 6, pp. 86-90. (In Russian).
21. Tomilova M.V. Model' imidzha organizatsii [Organization image model]. *Marketing v Rossii i za rubezhom [Marketing in Russia and Abroad]*, 1998. № 1. (In Russian).
22. Sibirev V.V. *Sotsial'no-kommunikativnyye aspekty upravleniya imidzhem vuza: avtoref. dis. ... kand. sotsiol. nauk [Socio-Communicative Aspects of University Image Management. Cand. sociol. sci. diss. abstr.]*. St. Petersburg, 2013, 137 p. (In Russian).
23. Prokhorov A.V. Internatsionalizatsiya kak vedushchaya tsennost' akademicheskogo soobshchestva [Internationalization as a leading value of academic community]. *Sotsial'no-ekonomicheskiye yavleniya i protsessy – Social-Economic Phenomena and Processes*, 2012, no. 3, pp. 157-162. (In Russian).

Информация об авторе

Прохоров Андрей Васильевич, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры журналистики, рекламы и связей с общественностью, Тамбовский государственный университет им. Г.П. Державина, г. Тамбов, Российская Федерация, ORCID: [0000-0002-1263-695X](https://orcid.org/0000-0002-1263-695X), proh_and@rambler.ru

Вклад в статью: идея исследования, поиск и анализ литературы и источников, обработка полученных результатов, написание текста статьи.

Статья поступила в редакцию 03.01.2022
Одобрена после рецензирования 12.03.2022
Принята к публикации 20.05.2022

Information about the author

Andrey V. Prokhorov, Candidate of Philology, Associate Professor, Associate Professor of Journalism, Advertising and Public Relations Department, Derzhavin Tambov State University, Tambov, Russian Federation, ORCID: [0000-0002-1263-695X](https://orcid.org/0000-0002-1263-695X), proh_and@rambler.ru

Contribution: study idea, literature and sources search and analysis, obtained results processing, manuscript text drafting.

The article was submitted 03.01.2022
Approved after reviewing 12.03.2022
Accepted for publication 20.05.2022

Неофилология

Neofilologiya = Neophilology

ISSN 2587-6953 (Print)

<http://journals.tsutmb.ru/neophilology/>

ISSN 2782-5868 (Online)

Перечень ВАК, ПИНЦ, DOAJ, Ulrich's Periodicals Directory, EBSCO, ResearchBib, CrossRef, НЭБ «eLIBRARY.RU», ЭБ «КиберЛенинка»

НАУЧНАЯ СТАТЬЯ

УДК 81'42

DOI 10.20310/2587-6953-2022-8-2-345-357

Рекламные интеграции в социальной сети TikTok: понятие, функции, форматы, жанры

Марина Викторовна ТЕРСКИХ ✉, **Наталья Витальевна ПЛЮСНИНА**

ФГБОУ ВО «Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского»

644077, Российская Федерация, г. Омск, просп. Мира, 55-А

✉ terskihm@mail.ru

Аннотация. Рассмотрена специфика рекламных интеграций в видеоконтент социальной сети TikTok, их жанрово-стилистические и языковые особенности, функции и форматы. Отмечено, что нативная реклама становится важным инструментом нейтрализации недостаточного внимания и негативного отношения реципиентов к рекламным сообщениям. Это обусловлено, в частности, тем, что информация такого рода воспринимается аудиторией как естественная составляющая образа блогера благодаря высокой степени персонификации и прямой связи с личностью, которая является для реципиентов авторитетной. Среди наиболее распространённых форматов рекламных интеграций выделены покупка пользователями авторских хэштегов и запуск челленджей; собственно нативная реклама; таргетированная реклама; TopView и др. В качестве основных функций рекламных интеграций в рассматриваемой социальной сети выделяются следующие: нахождение лояльной аудитории в короткие сроки; предоставление информации о рекламируемом продукте; вовлечение аудитории в процесс коммуникации и формирование положительного образа товара/услуги в сознании целевой аудитории. Особое внимание уделено типологии жанров и языковых особенностей нативных рекламных интеграций в социальной сети TikTok. Материалом для исследования послужили 158 видеороликов 2020–2022 гг., содержащих информацию рекламного характера.

Ключевые слова: нативная реклама, рекламные интеграции, социальные сети, TikTok, блоггинг

Для цитирования: Терских М.В., Плюснина Н.В. Рекламные интеграции в социальной сети TikTok: понятие, функции, форматы, жанры // Неофилология. 2022. Т. 8, № 2. С. 345-357. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2022-8-2-345-357>



Материалы статьи доступны по лицензии [Creative Commons Attribution \(«Атрибуция»\) 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) Всемирная



Advertising integrations in the TikTok social network: Concept, functions, formats, genres

Marina V. TERSKIKH ✉, Natalya V. PLYUSNINA

Dostoevsky Omsk State University
55-A Mira Ave., Omsk 644077, Russian Federation
✉ terskihm@mail.ru

Abstract. The article deals with the specifics of advertising integrations in the video content of the TikTok social network, their genre-stylistic and linguistic features, functions and formats. It is noted that native advertising becomes an important tool to neutralize the lack of attention and the negative attitude of recipients to advertising messages. This is due, in particular, to the fact that this kind of information is perceived by the audience as a natural component of the image of the blogger due to the high degree of personification and direct connection with the person who is authoritative for the recipients. Among the most common formats of advertising integrations are the purchase of author hashtags by users and the launch of challenges; native advertising; targeting advertising; TopView, etc. The main functions of advertising integrations in the social network under consideration are the following: finding a loyal audience in the short term; providing information about the advertised product; involving the audience in the communication process and forming a positive image of the product/service in the minds of the target audience. Particular attention is paid to the typology of genres and linguistic features of native advertising integrations in the social network TikTok. The study material is 158 videos from 2020–2022, containing information of advertising nature.

Keywords: native advertising, advertising integration, social networks, TikTok, blogging

For citation: Terskikh M.V., Plyusnina N.V. Reklamnyye integratsii v sotsial'noy seti TikTok: ponyatiye, funktsii, formaty, zhanry [Advertising integrations in the TikTok social network: Concept, functions, formats, genres]. *Neofilologiya – Neophilology*, 2022, vol. 8, no. 2, pp. 345–357. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2022-8-2-345-357> (In Russian, Abstr. in Engl.)



This article is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



ВВЕДЕНИЕ

Как показывают исследования [1–5], большинство потребителей, в том числе пользователей сети Интернет, устали от прямой рекламы и негативно относятся к арсеналу инструментов воздействия, к которому прибегают копирайтеры, что совершенно естественным образом приводит к снижению эффективности рекламных акций и кампаний. Нативные рекламные интеграции стали своего рода результатом «эволюционного развития традиционных рекламных форматов, продиктованных изменениями в современном информационном пространстве – роста роли онлайн-СМИ в структуре медиа-

потребления и необходимости находить новые способы для контакта рекламодателя с потребителем» [2, с. 8].

Нативная реклама (native advert – от англ. «родная, естественная реклама») предстаёт как современный тренд, тип увещательной коммуникации, которая воспринимается аудиторией как естественная составляющая образа блогера – в целом благодаря высокой степени персонификации и прямой связи с авторитетной личностью.

Как справедливо отмечает Е.В. Быкова, «читатель сегодня при потреблении контента отдаёт предпочтение авторским текстам, в которых опубликованная информация персонифицирована, обладает личностными

свойствами пишущего субъекта» [1, с. 537]. При этом можно отметить, что органичность нативной рекламы во многом определяется её сближением с журналистским контентом, поскольку «сходны некоторые речевые интенции этих типов текста: проинформировать, сообщить, прокомментировать, дать оценку, порекомендовать, проинструктировать» [1, с. 535]. На эту же особенность указывают и современные зарубежные исследования [6; 7]. Источником информации о товарах и услугах зачастую становится человек, чей личный бренд, с одной стороны, позволяет максимально чётко таргетировать информацию нативного характера, с другой стороны, вызывает повышенное внимание и доверие к публикуемому им контенту.

Таким образом, с нашей точки зрения, рекламные сообщения нативного типа, представленные в стремительно развивающейся социальной сети TikTok, представляют большой интерес, поскольку исследований такого рода пока крайне мало. В то же время посредством определения жанровых, стилистических и языковых особенностей рекламных интеграций данной разновидности можно выявить и углубить знания в области принципов рекламной политики TikTok. В последнее время площадка демонстрирует стабильный рост: к концу 2019 г. аудитория TikTok насчитывала уже более 800 миллионов пользователей, ежемесячные суммарные просмотры достигли 8 миллиардов видеороликов¹.

МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ

Для систематизации теоретических знаний в исследовании используются классические методы *анализа* и *синтеза*. Кроме того, путём *дедуктивного метода* и *системного анализа* информация оценивается через факторы, влияющие на её функционирование, а также осуществляется наблюдение за алгоритмами рекламы в социальной сети TikTok. Для классификации примеров нативных рекламных объявлений социальной сети TikTok был использован *метод типологии*.

Материалом исследования стали рекламные интеграции нативного характера,

реализуемые в социальной сети TikTok (всего было проанализировано более 150 примеров нативной видеорекламы). Материал собирался методом *направленной выборки*.

ФОРМАТЫ РЕКЛАМНЫХ ИНТЕГРАЦИЙ В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ TikTok

Основными инструментами продвижения разного рода товаров и услуг стали следующие.

1. Покупка пользователями авторских хэштегов и запуск челленджей. Хэштегами называются слова-метки в Интернете, которые используются для навигации по сайту и поиска необходимой информации по определённой теме.

Челленджем же является особый жанр игры (в том числе и в пространстве сети Интернет), при которой необходимо выполнять определённые условия и после передавать возможность участия следующему человеку. В свою очередь, каждый челлендж в TikTok для простоты навигации имеет собственное название в виде авторского хэштега, по которому как организаторы, так и пользователи могут находить публикации всех участников игры.

Например, когда данные рекламные акции стали доступны широкому кругу пользователей TikTok, всемирно известный бренд безалкогольных напитков Coca-Cola запустил челлендж с хэштегом *#sharecoke*, в его условия входила публикация забавных видеороликов, в которых тем или иным образом фигурирует продукция этого бренда. Такая реклама за счёт покупки хэштегов приносит прибыль владельцам социальной сети TikTok, а также создателям бренда Coca-Cola по причине массового упоминания товара с помощью интерактивного включения пользователей в игру.

2. Собственно нативная реклама. Как правило, информация такого типа преподносится брендом как ценная рекомендация для аудитории – без рекламного подтекста.

В основном это видеоролики крупных блогеров с большим количеством подписчиков; в этих развлекательных, образовательных или информационных видео содержится упоминание рекламируемого товара, аккаунта или услуги, но без прямой продажи или

¹ Официальная статистика TikTok в 2022 году. 2022. URL: <https://tiktok-wiki.com/statistika-tik-tok.html> (дата обращения: 02.02.2022).

призыва. Например, в видеоролике под названием «Моё утро» блогер перечисляет действия, которые он обычно выполняет по утрам. Среди всего прочего он упоминает продукцию определённого бренда косметики, которым он всегда пользуется после пробуждения, и проговаривает, почему ему нравится именно эта продукция. Прямого призыва приобрести товар в данном видеоролике нет, однако благодаря авторитету блогера и лояльному отношению к нему его подписчиков рекламная цель, скорее всего, достигается.

3. Таргетированная реклама. Таргетированная реклама включает в себя разработку и создание креативных продуктов, а также настройку и ведение рекламной кампании аккаунта. Каждый раз необходимо находить новые творческие решения, так как целевая аудитория быстро привыкает к рекламе, и для достижения цели требуется преподносить её в новых форматах.

Социальная сеть также предоставляет пользователям возможность выбрать наиболее удобный формат рекламного сообщения. Это может быть привлечение трафика по определённым аудиториям: например, покупатели или пользователи приложения данного бренда, посетители рекламируемого сайта, которые были привлечены с помощью ретаргетинга, и т. д.; по демографическим признакам – по месту жительства, возрасту, половой принадлежности, семейному положению и т. д.; по устройствам, которыми пользуются люди при выходе в данное приложение – смартфоном, кнопчным мобильным телефоном, планшетом, стационарным компьютером и т. д.

Так, для настройки таргетированной рекламы косметического средства необходимо смонтировать и креативно оформить видео с участием рекламируемого товара, обозначить целевую аудиторию (например, девушки от 20 до 30 лет, которые пользуются определённым брендом декоративной косметики, и т. д.) и грамотно распланировать рекламный бюджет.

4. Стандартный баннер на полный экран. Он носит название Branded Takeover и появляется поверх других вкладок, как только пользователь открывает приложение TikTok.

Такой формат рекламы достаточно эффективен, поскольку его нельзя пропустить или «промотать», как если бы это же рекламное сообщение появилось в общей ленте публикаций.

Например, бренд одежды Guess Geans запустил такие баннеры, чтобы продвигать собственный хэштег-челлендж, принцип действия которого мы уже описали выше.

5. Топ видеороликов (так называемый TopView) также является эффективным рекламным форматом социальной сети TikTok. В отличие от полноэкранного баннера, такие видео открываются спустя несколько секунд после запуска приложения, однако это не оказывает негативного влияния на качество и результативность рекламы.

Например, всемирно известный бренд одежды Balenciaga запустил такой формат рекламы и с его помощью привлёк новый трафик (новых пользователей, клиентов) на страницы со своей продукцией. Суммарно эта реклама получила более двадцати миллионов просмотров.

Существует множество других видов и форматов рекламы в TikTok: **InFeed Ads** (видеоролики рекламной направленности в ленте публикаций), **Branded Effects** (брендовые видеоэффекты) и т. д. Мы перечислили только некоторые из них: те, которые наиболее распространены на данной интернет-площадке и более востребованы как среди пользователей, так и среди брендов-производителей.

Кроме того, нативная реклама в данной социальной сети может быть максимально приближена к **Product Placement** и представлять собой:

- изображение рекламируемого товара в видеоролике (акцент на зрительное восприятие);
- устное упоминание рекламируемого товара или услуги (акцент на слуховое восприятие; как правило, используется вместе с визуальной рекламой);
- упоминание объекта рекламы в тексте, сопровождающем рекламный видеоролик (также акцент на зрительное восприятие).

ЖАНРОВАЯ СПЕЦИФИКА РЕКЛАМНЫХ ИНТЕГРАЦИЙ В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ TikTok

Многообразие форматов рекламных интеграций в социальной сети TikTok требует конкретизировать, какого рода контент мы будем относить к рекламному сообщению.

В «Толковом словаре» Т.Ф. Ефремовой даётся следующее определение рекламы: «1) широкое оповещение о чём-либо потребителей, покупателей, зрителей и т. п. с целью привлечения их внимания; 2) объявление, плакат, текст с таким оповещением, как средство привлечения внимания потребителей; 3) распространение сведений о ком-либо, чём-либо с целью создания известности, популярности» [8]. Сообщение же трактуется как 1) процесс действия по значению глаг.: сообщать, сообщить; 2) то, что сообщается; известие, новость; 3) средство общения, возможность общаться на расстоянии; связь [9].

Опираясь на приведённые выше толкования, в данной статье мы будем трактовать **рекламное сообщение** как *переданную пользователям информацию об объекте рекламы с целью придания ему известности и узнаваемости среди целевой аудитории, а также формирования у пользователей желания приобрести данный продукт*. Форма, в которой эта информация преподнесена, играет второстепенную роль и не является в данном определении значимой характеристикой.

Сообщения, как известно, можно разделить на разные жанры. **Жанром** является определённая *форма речи*, которая включает в себя *характер речевой деятельности* и *форму использования языка*. *Монологическая либо диалогическая речь* определяет первый показатель, *устная либо письменная* – второй. Кроме того, жанр определяют такие характеристики, как *тематика, композиция и стиль текста*.

Темой рассматриваемых нами нативных рекламных интеграций является, как правило, некая проблема пользователя TikTok, которая может быть решена при использовании рекламируемого товара либо при заказе определённой услуги. **Композиция** текста включает в себя определённые элементы и их расположение в нём. Так, для одного жанра композиция требует наличия таких со-

ставляющих частей, как введение, основная часть и заключение; для другого необходимо наличие завязки, кульминации и развязки и т. п. Композиция текста определяет его внешнюю организацию и схему расположения составных элементов текста. **Стиль** текста определяется его целью и сферой применения. Кроме того, стиль формируется используемыми в тексте языковыми средствами, которые присущи только текстам определённых стилей.

Реклама в широком смысле является текстом публицистического стиля. При этом существуют три главных жанра рекламы [9, с. 105].

1. Информационный. Реклама данного жанра предоставляет аудитории всю необходимую информацию о рекламируемом продукте. Акцент ставится на конкретные характеристики объекта рекламы, которые могут повлиять на желание целевой аудитории приобрести его.

К информационным жанрам рекламы относятся *интервью, отчёты, репортажи с места событий и короткие заметки*.

Интервью информирует аудиторию о свойствах и преимуществах продукта, формирует лояльность потенциальных клиентов за счёт искренности интервьюируемого и формата «живого» общения и вызывает желание приобрести товар.

Отчёт представляет собой более конкретизированную информацию о продукте, такую как его характеристики, достоинства, выгодные отличия от конкурентов, ссылки на авторитетные источники, отзывы потребителей и т. д.

С помощью рекламных репортажей можно донести до аудитории личное мнение их автора, его отношение к объекту рекламы. Рекламные репортажи динамичны, оперативны и, если у автора репортажа хорошо развит личный бренд, аудитория относится к ним весьма лояльно.

Рекламные же заметки позволяют в короткие сроки собрать аудиторию, которая будет лояльна к товару. Сжатый формат не позволяет полноценно осветить все грани объекта рекламы, однако с помощью качественно написанной заметки достаточно хорошо формируется благоприятный образ продукта.

2. Аналитический. Реклама данного жанра предполагает анализ товара, обоснование конкретной методики изготовления продукта, сравнение с конкурирующими брендами и т. д. В отличие от информационного жанра, акцент здесь ставится не на факты о продукции, а на её аналитику.

К аналитическим жанрам рекламы можно отнести *обзор, комментарий, статью, рецензию и корреспонденцию*.

Обзор содержит в себе разные рекламные события либо несколько тем, которые связаны общим событием, а также всегда завершается неким выводом после всего сказанного по данным темам.

Комментарий представляет собой мнение о продукте профессионала либо медийной личности, это всегда персона, к голосу которой аудитория с большей вероятностью прислушается и которая будет выступать очевидным авторитетом в сознании потребителя.

Рекламная статья формирует имидж продукта и бренда в целом. При этом рекламные статьи включают в себя черты как информационного, так и аналитического и публицистического жанров, совмещая в себе факты, аналитику и создание определённого образа товара.

Рекламная рецензия по содержанию схожа с рекламным отчётом: так, в ней тоже содержатся характеристики и преимущества продукта, а также авторитетные мнения профессионалов в данной области – однако рецензия также содержит прямую оценку товара.

Рекламная же корреспонденция представляет собой анализ конкретных фактов о продукте (что по содержанию также сближает корреспонденцию с отчётом), а также личную оценку рекламируемого объекта автором.

3. Публицистический. Реклама данного жанра формирует художественно-публицистический образ продукта. При этом акцент ставится на убеждение аудитории и формирование у неё определённой точки зрения по поводу объекта рекламы. С помощью данного жанра создаются материалы со скрытой рекламой, PR-материалы и пр.

К публицистическим жанрам рекламы можно отнести *зарисовку, очерк* и т. д.

В рекламной зарисовке создаётся ситуация, в которой используется рекламируемый продукт. С помощью описания практического применения продукта и перечисления его преимуществ достигается увеличение лояльности аудитории и формируется доверие к объекту рекламы.

В рекламном очерке автор представляет некое подобие рассуждения о рекламируемом продукте. При этом в процессе создания материала он использует не только рациональные аргументы, но и эмоционально-выразительные средства, чтобы вызвать у аудитории определённые переживания и чувства по отношению к продукту.

Авторы книги «Реклама: палитра жанров» [10] отмечают, что все традиционные жанры рекламы (в том числе перечисленные нами выше) не являются собственно рекламными и авторы заимствуют их из публицистики. Они лишь используются в рекламной сфере как наиболее подходящие способы продвижения рекламируемых продуктов. По их мнению, единственным по-настоящему рекламным жанром является жанр **объявления**.

Д.Э. Розенталь и Н.Н. Кохтев также утверждают, что объявление является единственным традиционным жанром в рекламе и по сравнению со всеми остальными, которые были заимствованы из публицистики, оно более всего распространено [11].

Данной точки зрения относительно рекламных объявлений придерживается и В.И. Провоторов, который ещё больше углубляется в тему жанров рекламы и подразделяет такие объявления на *объявления-извещения, объявления-предложения и объявления-справки*. *Извещения*, по его мнению, информируют аудиторию о предстоящих мероприятиях; *предложения* выступают в качестве прямых мотиваторов к покупке продукта; *справки* же предоставляют аудитории чёткую информацию о бренде-производителе и рекламируемом товаре [12].

Опираясь на данную классификацию, мы можем соотнести традиционные поджанры рекламы с нетрадиционными. Так, объявления-справки и объявления-извещения по выполняемой ими функции схожи с традиционными информационными и публицистическими жанрами рекламы, а объявления-пред-

ложения близки к любому из нетрадиционных жанров рекламы.

Основываясь на результатах анализа рекламных интеграций в видеоролики, размещённые в социальной сети TikTok, мы можем представить перечень жанров, к которым принадлежат проанализированные примеры нативной рекламы, а также выполняемых ими функций, характерных черт и языковых особенностей (табл. 1).

Рассмотрим несколько примеров рекламных интеграций в видеоконтент социальной сети TikTok и представим предложенную нами методику анализа жанровых и языковых особенностей нативной видеорекламы.

1. В качестве первого примера нативной рекламы рассмотрим ролик с кратким перечислением покупок, вышедший в TikTok-аккаунте известного блогера Кати Клэп – kateclappofficial («Покупочки из США!»).

В данном видео она с помощью быстрой смены кадров в течение нескольких секунд показывает зрителям свои приобретения и сопровождает видео голосовыми комментариями, выразительными мимикой и жестами, а также названиями продуктов в виде субтитров. В числе фирм-производителей мы можем видеть бренд женской одежды, косметики и парфюмерии Victoria's Secret, бренд женской одежды Care Bears и т. д. Блогер говорит о них очень эмоционально, и зрителю сразу становится понятно, что Катя Клэп относится к данным брендам положительно.

Данная нативная реклама по своей длительности занимает весь ролик. Видео можно отнести к *разговорному стилю*, потому что здесь мы наблюдаем неофициальное общение с аудиторией и простую передачу блогером информации, которая косвенно представляет собой рекламный контент.

Мы можем отнести видео к *публицистическому рекламному жанру*: с помощью авторитета блогера и использованных им языковых средств осуществляется формирование у целевой аудитории положительного отношения к продуктам бренда.

Соответственно, поджанр данного видеоролика с нативной рекламной интеграцией – *рекламный очерк*: блогер не показывает про-

дукты в процессе их использования – только кратко высказывает о них своё мнение.

В качестве языковых особенностей данной нативной рекламы мы можем назвать простой синтаксис, короткие предложения и разговорную лексику, а также маскировку под привычный сюжет без рекламного содержания, развлекательный контент, который интересен пользователям и без содержания рекламного сообщения, субстантивы в именительном падеже (названия брендов в субтитрах), восклицательные предложения (выражены в устной речи Кати), персонификация (фразы типа «*Мои любимые сетчатые вещи*» и т. п.). Кроме того, сюда можно отнести присоединительные конструкции в речи блогера, персонификацию, двусоставные предложения с прямым порядком слов, в которых подлежащее выражено личным местоимением первого лица, а также вставные конструкции.

2. Кроме того, Катя Клэп периодически снимает ролики под названием «Мои фавориты», в которых она рассказывает о любимых продуктах того или иного производителя. Речь блогера практически во всех роликах данного типа звучит очень ярко и эмоционально, и посредством высокой персонализации реклама вызывает положительные эмоции у целевой аудитории и, как следствие – желание приобрести эти товары.

Данные видеоролики также относятся к нативной рекламе, потому что продукция бренда продвигается с помощью авторитета блогера и ценности для аудитории его мнения без прямого призыва к приобретению рекламируемого продукта.

Видео относится к *разговорному стилю*, так как общение с аудиторией происходит в неофициальной форме и похоже на общение с близкими друзьями. Характерными чертами этого является доверительный тон общения и максимально простые лексемы, конструкции и выражения.

Жанр данного примера нативной рекламы можно отнести к *публицистическому*: с помощью видеоролика блогер формирует у своей аудитории художественно-публицистический образ продукта. Поджанр мы определили как *рекламный очерк*. На это указывает то, что в видео Катя просто рассужда

Таблица 1

Жанрово-стилистические и языковые особенности публикаций в социальной сети TikTok

Table 1

Genre, stylistic, and linguistic features of publications in the TikTok social network

№ примера	Жанр, поджанр рекламы	Функция	Характерные черты	Языковые особенности
1	Информационный. Рекламная зарисовка	Нахождение лояльной аудитории в короткие сроки, увлечение аудитории	Сжатый формат, динамичность	Присоединительные конструкции, персонификация, двусоставные предложения с прямым порядком слов, подлежащее в форме личного местоимения первого лица, вставные конструкции
2	Публицистический. Рекламный очерк	Формирование художественно-публицистического образа продукта, вызов у аудитории определённых эмоций по отношению к продукту	Акцент на убеждение аудитории и формирование у неё определённой точки зрения о продукте, использование эмоционально-экспрессивных средств	Простой синтаксис, короткие предложения, разговорная лексика, односоставные определённо-личные предложения, эмоционально-экспрессивные предложения, цепочки однородных членов предложения и т. д.
3	Публицистический. Рекламная зарисовка	Заинтересовать пользователей	Моделирование ситуации использования продукта	Отсутствие субтитров, односоставное определённо-личное предложение
4	Информационный. Репортаж	Заинтересовать пользователей	Динамичность, товар «в моменте»	Персонификация, личные местоимения в роли подлежащего, двусоставные предложения с прямым порядком слов, предложения с однородными членами, бессоюзные сложные предложения
5	Информационный. Хештег-челлендж, рекламная заметка	Заинтересовать пользователей	Сжатый формат	Неофициальный формат общения, персонификация, личные местоимения в роли подлежащего, двусоставные предложения с прямым порядком слов, предложения с однородными членами, бессоюзные сложные предложения
6	Публицистический. Рекламная зарисовка	Заинтересовать пользователей	Моделирование ситуации использования продукта	Разговорная лексика, простота синтаксических конструкций и короткие, емкие по смыслу фразы, повествование от первого лица
7	Публицистический. Рекламная зарисовка	Заинтересовать пользователей	Моделирование ситуации использования продукта	Простой синтаксис, короткие предложения, разговорная лексика, неформальное общение
8	Публицистический. Хештег-челлендж, рекламная зарисовка	Заинтересовать пользователей	Моделирование ситуации использования продукта	Предложения побудительного типа, прямое обращение к аудитории с помощью сказуемых 2 лица и восклицательные предложения, ярко выраженная персонификация
9	Информационный. Рекламная заметка	Предоставление информации о рекламируемом продукте. Формирование благоприятного образа продукта	Лаконичность, сжатый формат	Отсутствие устной речи, акцент на субтитрах, использование однородных членов предложения, простота синтаксиса, использование коротких простых предложений, нейтральная лексика
10	Информационный. Рекламная заметка	Предоставление информации о рекламируемом продукте. Формирование благоприятного образа продукта	Лаконичность, сжатый формат	Простой синтаксис, отсутствие устной речи, наличие субтитров, разговорная лексика, короткие фразы, субстантивы в именительном падеже, персонификация

ет о рекламируемом продукте, однако при этом наравне с рациональными положительными аргументами она использует эмоционально-экспрессивные высказывания, что повышает персонализацию и, следовательно, лояльность аудитории.

В качестве языковых особенностей данной нативной рекламы можно назвать простой синтаксис, короткие предложения, разговорную лексику, односоставные определённо-личные предложения, эмоционально-экспрессивные предложения, цепочки однородных членов предложения и т. д.

3. Следующим примером эффективных рекламных объявлений в социальной сети TikTok являются действия американской корпорации Electronic Arts, деятельность которой заключается в создании видеоигр и их продвижении.

Так, разработчики EA Sports договорились с крупным видеоблогером TikTok Брентом Остином Риверой о том, что тот снимет свой процесс игры в “Apex Legends” в форме видеоролика-пародии и опубликует на платформе TikTok. Кроме того, была запущена рекламная кампания по игре “Plants vs Zombies” («Растения против зомби»), в которой корпорация сотрудничала с известной звездой TikTok Гилом Крусом: он также снял похожий видеоролик с игрой. И та и другая рекламные кампании собрали огромное количество откликов целевой аудитории: 1 миллион и 635 тысяч «лайков» соответственно.

Данные акции являются классическими примерами традиционной нативной рекламы, при которой авторитетные лица (в данном случае – популярные видеоблогеры) публично высказывают интерес к рекламируемому продукту без прямого предложения совершить покупку. Положительный эффект от данных публикаций достигается с помощью креативности видеоблогеров, их известности и лояльного отношения к ним целевой аудитории.

Языковые средства, которые используются в видео, сложно отнести к какому-либо языковому стилю, так как здесь присутствуют всего две устные фразы. Можно предположить, что речь здесь принадлежит к разговорному стилю, так как её можно охарактеризовать как неформальную, простую и легко доступную для понимания. На основании небольшой длины предложений и использо-

вания разговорных лексем также можно сделать вывод, что текст нативной рекламной интеграции в данном ролике принадлежит к *разговорному стилю*.

Жанр можно определить как *публицистический*, поджанр – *рекламная зарисовка*, так как в данных видеороликах объект рекламы показывается в процессе его использования без аналитики его свойств. Формат для этого выбран в виде обычных видеопубликаций без использования авторских хэштегов и распространения аналогичных роликов по принципу «игры по цепочке».

В качестве языковых особенностей данной нативной рекламы можно назвать односоставное определённо-личное предложение (“got it”). Субтитры в видеоролике отсутствуют, а устная речь в начале видео не несёт в себе рекламного подтекста. В данном примере акцент сделан на визуальной подаче рекламного сообщения, однако небольшой объём текста, по нашему мнению, также можно считать своего рода языковой особенностью такой рекламы – она заключается в высокой степени лаконичности текстового материала.

4. Американский бренд одежды и аксессуаров Guess запустил челлендж под хэштегом *#inmydenim*, о котором мы уже упоминали ранее. Для того чтобы принять в нём участие, пользователям необходимо было смонтировать видеоролик, в котором они сначала присутствовали в своей старой одежде, а после появлялись в одежде от компании Guess. Кроме того, нужно было добавить к видео музыкальное сопровождение в виде песни исполнительницы Bebe Rexa “I’m A Mess”, а также в описании под ним указать тематический хэштег.

Данное рекламное сообщение является нативным, поскольку пользователи не продвигают товар напрямую, а только показывают, что сами пользуются продуктами данного бренда.

Этот пример рекламы мы можем отнести к *разговорному стилю*, так как такой формат является неофициальным, непринужденным и не несёт цели в виде воздействия на аудиторию и формирования у неё определенного мнения о продукте.

Это рекламное сообщение можно отнести к информационному жанру, а именно к *рекламному репортажу*, так как авторы ви-

деороликов показывают процесс использования рекламируемой одежды «в моменте». Кроме того, отчасти в данных видеороликах присутствуют признаки жанра *рекламного комментария*, потому что они могут содержать отзывы о продукте, и зрители легко могут догадаться о положительном отношении автора видеоролика к одежде данной фирмы. Благодаря специальному монтажу в стиле «до – после» ролики получаются достаточно динамичными.

В качестве языковых особенностей данной нативной рекламы можно назвать характеристики, свойственные «непрофессиональным» видеороликам, которые сняты и смонтированы не блогерами. Так, сюда можно отнести высокую степень персонификации с чётко выраженной авторской позицией, личные местоимения в роли подлежащего, для синтаксиса подобных видео характерны двусоставные предложения с прямым порядком слов, предложения с однородными членами, нередко выполняющими эмоционально-экспрессивную функцию, а также бессоюзные сложные предложения.

5. Следующий американский бренд *Calvin Klein*, который также производит одежду и аксессуары, запустил рекламный авторский хэштег *#MyCalvins*.

Первыми, кто снял видеоролики с таким хэштегом, стали три популярные медийные личности, среди которых была и *Кендалл Дженнер* – супермодель Америки и участница всемирно известного телевизионного шоу «Семейство Кардашьян». Условия данного челленджа максимально просты: участникам необходимо снять видеоролик со своим участием, при этом одевшись в продукцию *Calvin Klein*, и в качестве текстового сопровождения к нему написать о себе какой-либо правдивый факт. Челлендж быстро привлёк к себе внимание пользователей TikTok, и на сегодняшний момент в нём приняло участие свыше тридцати миллионов пользователей приложения. Данная игра была частью рекламной промоакции перед выходом новой коллекции одежды, которой создатели дали одноимённое название: «*My Calvins*».

Данная реклама также является нативной, так как нередко пользователи даже не преследуют цель продать продукт; а если и преследуют, то преподносят свой видеоролик

как игру, способ развлечься и поддержать «массовое движение». Более того, и в этом, и в предыдущем примерах создатели видеороликов зачастую не планируют рекламировать бренд ни открыто, ни скрыто – вполне возможно, что их привлекает сам формат игры и популярность данных хэштегов среди большинства пользователей TikTok. При этом, если ролик снимает блогер с достаточно большой аудиторией, часть пользователей всё равно становится покупателями продукции, таким образом поддерживая производителя, и нативная реклама достигает нужного эффекта.

Рекламные интеграции данного типа можно отнести как к *разговорному*, так и *публицистическому* языковым стилям. Если ролик содержит в себе экспрессивную лексику и различные риторические фигуры (что является характерной чертой блогеров, целенаправленно снимающих подобный контент ради продвижения бренда и включения в него нативных рекламных интеграций), то он принадлежит, скорее, к публицистическому стилю. Если же видео снимается с целью простого поддержания хэштег-челленджа, то оно будет относиться к разговорному стилю.

Данный пример рекламы можно отнести к информационному жанру *рекламной заметки*. Как и предыдущий пример, этот видеоролик не содержит прямого рекламного сообщения и продвигает товар исключительно с помощью естественной коммуникации авторов ролика с их подписчиками и просто зрителями, а также непринужденного настроя видеоролика и визуального доказательства того, что авторы публикаций сами пользуются той одеждой, производителя которой они скрыто рекламируют и в чьём хэштег-челлендже участвуют.

В качестве языковых особенностей данной нативной рекламы можно назвать те же характеристики, которые мы перечисляли при анализе нативной рекламной интеграции в примере № 3, а именно: высокая степень персонификации с чётко выраженной авторской позицией, личные местоимения в роли подлежащего, двусоставные предложения с прямым порядком слов, предложения с однородными членами, нередко выполняющими эмоционально-экспрессивную функцию, а также бессоюзные сложные предложения.

ФУНКЦИИ РЕКЛАМНЫХ ИНТЕГРАЦИЙ В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ TikTok

В результате проведённого анализа мы можем выявить следующие функции, которые выполняют рекламные интеграции преимущественного нативного характера, включённые в видеоконтент социальной сети TikTok.

Нативные рекламные интеграции в социальной сети TikTok могут выполнять следующие *функции*:

- нахождение лояльной аудитории в короткие сроки;
- вовлечение аудитории в коммуникацию;
- формирование художественно-публицистического образа продукта;
- вызов у аудитории определённых – преимущественно положительных – эмоций по отношению к продукту;
- предоставление информации о рекламируемом продукте.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

С нашей точки зрения ключевой особенностью нативных интеграций в социальной сети TikTok является принадлежность к **разговорному стилю, информационному либо публицистическому жанру и поджанру «рекламная зарисовка»**: блогер с помощью собственного авторитета формирует мнение о продукте у целевой аудитории и вызывает желание приобрести или, как минимум, попробовать товар. Преобладание видеороликов с нативными рекламными интеграциями, которые выполнены в разговорном стиле, обусловлено, на наш взгляд, тем, что целевой аудиторией социальной сети TikTok является платёжеспособная молодёжь, а именно – люди от 18 до 34 лет, которые интересуются современными трендами и различными формами креатива. Таких пользователей привлекает непосредственность в личности блогера, в роли авторов роликов они хотят видеть людей, «таких же, как все». Соответственно, весьма важно, чтобы блогер общался с аудиторией на понятном языке, одной из основных характеристик которого является принадлежность к разговорному стилю речи.

При этом необходимо отметить, что в разговорном стиле выполнено непосред-

ственно устное сопровождение видеороликов с нативными рекламными интеграциями. Само видео выполняет функции рекламы в публицистическом стиле.

Реализация нативных рекламных интеграций в информационных жанрах обусловлена тем, что автор ролика преследует цель рассказать своей аудитории о рекламируемом им продукте, акцентировать внимание пользователей на преимуществах товара. Это делается для того, чтобы люди, ориентируясь на положительные черты продукта, в итоге принимали решение приобрести его. Публицистический же рекламный жанр позволяет блогерам-исполнителям в короткие сроки формировать у своей целевой аудитории положительное отношение к рекламируемому товару и, следовательно, повышать лояльность к продукту.

При этом следует отметить, что во время анализа мы не обнаружили ни одной нативной рекламной интеграции таких форматов, как интервью и отчёт, которые принадлежат к информационному рекламному жанру; очерк, принадлежащий к публицистическому жанру рекламы. Все формы аналитического жанра рекламы, а именно обзор, комментарий, статья, рецензия и корреспонденция, также не были выявлены. Вероятно, публикации социальной сети TikTok в большинстве случаев подразумевают под собой развлекательный контент, что не соответствует какой-либо аналитике.

Многие проанализированные нами примеры нативной рекламы воплощены в форме зарисовок. Данный акцент на рекламных зарисовках обусловлен тем, что специфика нативных рекламных интеграций состоит в отсутствии прямого рекламного сообщения (в большинстве случаев), а также акценте на личном вкусе и приоритетах автора ролика, чьё мнение имеет определённую ценность для целевой аудитории.

Следовательно, для того, чтобы ненавязчиво воздействовать на подписчиков, блогеру необходимо доносить до пользователей социальной сети необходимость приобретения рекламируемого продукта с помощью косвенных способов, таких как рекомендации, советы, яркая персонализация при упоминании о товаре и отсутствие откровенных

призывов типа «Приобретайте», «Заказывайте» и т. д.

Рекламная зарисовка, смысл которой заключается в отображении процесса использования брендового продукта, в данной социальной сети имеет ряд преимуществ. Так, подобный формат обычно не требует написания детально продуманного сюжета; в зарисовке удобно показывать преимущества использования рекламируемого товара; с помощью таких видеороликов блогеры достаточно легко формируют у своей целевой аудитории лояльность к бренду, и, следовательно, у пользователей повышается доверие к рекламируемой марке продуктов. Кроме того, рекламную зарисовку легко смонтиро-

вать в небольшом временном формате, который как раз является специфической особенностью социальной сети TikTok.

С персонализацией контента связаны и языковые особенности нативной рекламы в TikTok: такие видеоролики выполнены в форме своего рода «доверительной беседы»: в текстах присутствует большое количество обращений, вопросно-ответных конструкций, советов и т. д., им свойственна высокая степень персонификации. Непосредственно рекламное сообщение вводится в текст в форме вставных конструкций, расставления акцентов на особенно значимые слова, речевых повторов в виде проговаривания контактных данных бренда и т. д.

Список источников

1. Быкова Е.В. Нативная реклама: речевые особенности презентации информации // Медиалингвистика. 2018. Т. 5. № 4. С. 534-544. <https://doi.org/10.21638/spbu22.2018.411>
2. Османова А.И. Нативная реклама в коммуникационной деятельности российских банков // Медиа-скоп. 2018. № 1. С. 8-9. <https://orcid.org/10.30547/mediascope.1.2018.8>
3. Терских М.В. Stories в сети Instagram* как инструмент нативной рекламы: специфика продающего контента // Нефилология. 2021. Т. 7. № 28. С. 750-759. <https://orcid.org/10.20310/2587-6953-2021-7-28-750-759>
4. Terskikh M.V. Native Advertising in Video Blogs: Language and Genre Specificity // Advances in Social Science, Education and Humanities Research: Novations, Problems, Prospects. 2019. P. 651-655. <https://doi.org/10.2991/hssnpp-19.2019.124>
5. Луциков В.А., Терских М.В. Жанрово-тематические и языковые особенности видеоблогов // Вестник Тамбовского университета. Серия: Общественные науки. 2018. Т. 4. № 14. С. 57-75.
6. Negreira C., Herrera J.V., Garcia X.L. Blurring Boundaries Between Journalists and TikTokers: Journalistic Role Performance on TikTok // Media and Communication. 2022. V. 10. № 1. P. 146-156. <https://doi.org/10.17645/mac.v10i1.4699>
7. Hazari S. 'TikTok Made Me Buy It': Investigating brand influencer impact on purchase intention of TikTok users. URL: <https://www.researchgate.net/project/TikTok-Made-Me-Buy-It-Investigating-brand-influencer-impact-on-purchase-intention-of-TikTok-users> (accessed: 30.01.2022).
8. Ефремова Т.Ф. Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный. М.: Рус. яз., 2000.
9. Бернадская Ю.С. Текст в рекламе. М.: ЮНИТИ, 2008. 288 с.
10. Ученкова В.В., Шомова С.А., Гринберг Т.Э., Конаныхин К.В. Реклама: палитра жанров. М.: РИП-холдинг, 2003.
11. Розенталь Д.Э., Кохтев Н.Н. Язык рекламных текстов. М.: Высш. шк., 1981. 127 с.
12. Провоторов В.И. Лингвотекстовые особенности речевого жанра «объявление» (на материале газет и журналов немецкоязычных стран): автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 1991. 24 с.

References

1. Bykova E.V. Nativnaya reklama: rechevyye osobennosti prezentatsii informatsii [Native advertising: speech peculiarities of information presentation]. *Medialingvistika – Media Linguistics*, 2018, vol. 5, no. 4, pp. 534-544. <https://doi.org/10.21638/spbu22.2018.411>. (In Russian).
2. Osmanova A.I. Nativnaya reklama v kommunikatsionnoy deyatel'nosti rossiyskikh bankov [Native advertising in the communication activity of Russian banks]. *Mediascope – Mediascope*, 2018, no. 1, pp. 8-9. <https://orcid.org/10.30547/mediascope.1.2018.8>. (In Russian).
3. Terskikh M.V. Stories v seti Instagram* kak instrument nativnoy reklamy: spetsifika prodavushchego kontenta [Instagram* Stories as a tool for native advertising: the specifics of selling content]. *Neofilologiya –*

- Neophilology*, 2021, vol. 7, no. 28, pp. 750-759. <https://orcid.org/10.20310/2587-6953-2021-7-28-750-759>. (In Russian).
4. Terskikh M.V. Native Advertising in Video Blogs: Language and Genre Specificity. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research: Novations, Problems, Prospects*, 2019, pp. 651-655. <https://doi.org/10.2991/hssnpp-19.2019.124>
 5. Lushchikov V.A., Terskikh M.V. Zhanrovo-tematicheskiye i yazykovyye osobennosti videoblogov [Genre, thematic and linguistic features of video blogs]. *Vestnik Tambovskogo universiteta. Seriya: Obshchestvennyye nauki – Tambov University Review. Series: Social Sciences*, 2018, vol. 4, no. 14, pp. 57-75. (In Russian).
 6. Negreira C., Herrera J.V., Garcia X.L. Blurring Boundaries Between Journalists and TikTokers: Journalistic Role Performance on TikTok. *Media and Communication*, 2022, vol. 10, no. 1, pp. 146-156. <https://doi.org/10.17645/mac.v10i1.4699>
 7. Hazari S. 'TikTok Made Me Buy It': Investigating brand influencer impact on purchase intention of Tik-Tok users. Available at: <https://www.researchgate.net/project/TikTok-Made-Me-Buy-It-Investigating-brand-influencer-impact-on-purchase-intention-of-TikTok-users> (accessed: 30.01.2022).
 8. Efremova T.F. *Novyy slovar' russkogo yazyka. Tolkovo-slovoobrazovatel'nyy* [New Dictionary of the Russian Language. Explanatory Vocabulary]. Moscow, Russkiy yazyk Publ., 2000. (In Russian).
 9. Bernadskaya Y.S. *Tekst v reklame* [Text in Advertising]. Moscow, YUNITI Publ., 2008, 288 p. (In Russian).
 10. Rozental D.E., Kokhtev N.N. *Yazyk reklamnykh tekstov* [Language of Advertising Texts]. Moscow, Vysshaya shkola Publ., 1981, 127 p. (In Russian).
 11. Uchenova V.V., Shomova S.A., Grinberg T.E., Konanykhin K.V. *Reklama: palitra zhanrov* [Advertising: the Palette of Genres]. Moscow, RIP-kholding Publ., 2003. (In Russian).
 12. Provotorov V.I. *Lingvotekstovyye osobennosti rechevogo zhanra «ob'yavleniye» (na materiale gazet i zhurnalov nemetskoyazychnykh stran): avtoref. dis. ... kand. filol. nauk* [Linguo-textual features of the speech genre "announcement" (on the material of newspapers and magazines of German-speaking countries). Cand. philol. sci. diss. abstr.]. Moscow, 1991, 24 p. (In Russian).

* Социальная сеть Instagram* (принадлежит Meta**) запрещена на территории Российской Федерации. 21 марта 2022 г. компания Meta** признана экстремистской организацией, деятельность холдинга в России запрещена.

Информация об авторах

Терских Марина Викторовна, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры теоретической и прикладной лингвистики факультета филологии и медиакоммуникаций, Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского, г. Омск, Российская Федерация, ORCID: 0000-0003-0127-6917, terskihm@mail.ru

Вклад в статью: общая концепция статьи, обобщение опыта исследователей, обработка результатов исследования, написание и оформление текста статьи.

Плюснина Наталья Витальевна, магистрант направления подготовки «Реклама и связи с общественностью» факультета филологии и медиакоммуникаций, Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского, г. Омск, Российская Федерация, ORCID: 0000-0002-7353-376X, natalyafavorova@yandex.ru

Вклад в статью: поиск и анализ литературы, сбор данных, обработка материала, написание части текста.

Конфликт интересов отсутствует.

Статья поступила в редакцию 28.02.2022
Одобрена после рецензирования 04.05.2022
Принята к публикации 20.05.2022

Information about the authors

Marina V. Terskikh, Candidate of Philology, Associate Professor, Associate Professor of Theoretical and Applied Linguistics Department of Philology and Media Communications Faculty, Dostoevsky Omsk State University, Omsk, Russian Federation, ORCID: 0000-0003-0127-6917, terskihm@mail.ru

Contribution: main study conception, synthesis of researches experience, study results processing, manuscript text drafting.

Natalya V. Plyusnina, Master's Degree Student in "Advertising and Public Relations" Programme of Philology and Media Communications Faculty, Dostoevsky Omsk State University, Omsk, Russian Federation, ORCID: 0000-0002-7353-376X, natalyafavorova@yandex.ru

Contribution: literature search and analysis, data acquisition, material processing, manuscript text drafting.

There is no conflict of interests.

The article was submitted 28.02.2022
Approved after reviewing 04.05.2022
Accepted for publication 20.05.2022

Неофилология

Neofilologiya = Neophilology

ISSN 2587-6953 (Print)

<http://journals.tsutmb.ru/neophilology/>

ISSN 2782-5868 (Online)

Перечень ВАК, ПИНЦ, DOAJ, Ulrich's Periodicals Directory, EBSCO, ResearchBib, CrossRef, НЭБ «eLIBRARY.RU», ЭБ «КиберЛенинка»

НАУЧНАЯ СТАТЬЯ

УДК 81-26

DOI 10.20310/2587-6953-2022-8-2-358-368

Полемичность политического дискурса в региональном интернет-пространстве

Светлана Владимировна ГУСЬКОВА

ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный университет им. Г.Р. Державина»
392000, Российская Федерация, г. Тамбов, ул. Интернациональная, 33✉ guskova_s_v@mail.ru

Аннотация. Система средств массовой информации XXI века существенно отличается от той, которая была на рубеже веков. Массмедиа претерпели значительные изменения, что связано в большей степени с возросшими техническими возможностями как отправителей медиаконтента, так и его получателей. Значительные объёмы оперативной информации в таких условиях передаются через интернет-СМИ, которые в условиях конвергенции сочетают в себе возможности печатных изданий, теле- и радиоканалов. Значительный пласт актуальной информации на различные темы передаётся через социальные сети. Рассмотрена актуальность политического дискурса в интернет-пространстве региона. Выбор проблематики проанализированных в работе материалов продиктован неизменной актуальностью политического дискурса в современных массмедиа. Целью исследования стало всестороннее изучение предположения о том, что материалы на политическую тему обладают значительным потенциалом для побуждения массовой аудитории к диалогу; при этом часто вокруг подобных материалов организуется полемика между различными пользователями социальных сетей. Изучен алгоритм ведения полемики в социальных сетях, выявлена её востребованность у аудитории пользователей в регионе. Эмпирическую базу исследования составили паблики в социальных сетях, пользующиеся популярностью у жителей Тамбовской области. Кроме того, обращается внимание на аккаунты глав других регионов Центрально-Черноземного региона – Белгородской, Воронежской, Курской областей. При отборе материалов для анализа использовался метод сплошной выборки, при этом ключевым критерием для отбора текстов стали популярность интернет-пабликов и наличие значительного числа реакций на материалы, выражаемых доступными пользователям средствами (вербальными и невербальными). В результате исследования выявлена высокая степень популярности политического дискурса в социальных сетях у региональной аудитории, её активность в обсуждении медиаматериалов. Установлено, что значительная часть таких публикаций сопровождается полемикой в социальных сетях, в развитии которой участвуют как авторы публикаций, так и (в большей степени) массовая аудитория читателей. Сделан вывод о том, что паблики в социальных сетях могут способствовать росту рейтингов политических лидеров, укреплению их позиций и, как следствие, росту доверия аудитории электората.

Ключевые слова: медиаполемика, массмедиа, социальные сети, региональная журналистика, авторская позиция, политический дискурс

Для цитирования: Гуськова С.В. Полемичность политического дискурса в региональном интернет-пространстве // Неофилология. 2022. Т. 8, № 2. С. 358-368. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2022-8-2-358-368>



Материалы статьи доступны по лицензии [Creative Commons Attribution \(«Атрибуция»\) 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) Всемирная



Polemical nature of political discourse in the regional Internet space

Svetlana V. GUSKOVA

Derzhavin Tambov State University

33 Internatsionalnaya St., Tambov 392000, Russian Federation

✉ guskova_s_v@mail.ru

Abstract. The mass media system of the 21st century is significantly different from that of the turn of the century. Mass media have undergone significant changes, which is largely due to the increased technical capabilities of both senders of media content and its recipients. Significant volumes of operational information in such conditions are transmitted through Internet media, which, under conditions of convergence, combine the capabilities of print media, TV and radio channels. A significant layer of relevant information on various topics is transmitted through social networks. We consider the relevance of political discourse in the Internet space of the region. The choice of the issues of the materials analyzed in the work is dictated by the invariable relevance of political discourse in modern mass media. The purpose of the study is to comprehensively explore the assumption that political content has significant potential to encourage mass audiences to engage in dialogue; at the same time, polemic is often organized around such materials between various users of social networks. We study the algorithm for conducting controversy in social networks, identify its relevance among the audience of users in the region. The empirical base of the study is made up of publics in social networks that are popular with residents of the Tambov Region. In addition, attention is drawn to the accounts of the heads of other regions of the Central Black Earth region – Belgorod, Voronezh, Kursk regions. When selecting materials for analysis, a continuous sampling method is used, while the popularity of Internet publics and the presence of a significant number of reactions to materials expressed by means available to users (verbal and non-verbal) became the key criterion for selecting texts. As a result of the study, we reveal a high degree of popularity of political discourse in social networks among the regional audience, its activity in the discussion of media materials. We find that a significant part of such publications is accompanied by controversy in social networks, in the development of which both the authors of the publications and (to a greater extent) the mass audience of readers participate. We conclude that publics in social networks can contribute to the growth of ratings of political leaders, strengthening their positions and, as a result, increasing the trust of the audience of the electorate.

Keywords: media polemic, mass media, social networks, regional journalism, author's position, political discourse

For citation: Guskova S.V. Polemichnost' politicheskogo diskursa v regional'nom internet-prostranstve [Polemical nature of political discourse in the regional Internet space]. *Neofilologiya – Neophilology*, 2022, vol. 8, no. 2, pp. 358-368. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2022-8-2-358-368> (In Russian, Abstr. in Engl.)



This article is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



ВВЕДЕНИЕ

Привлекать внимание аудитории массмедиа в XXI веке при всём их многообразии становится всё сложнее и сложнее. Отдельные средства массовой информации (печат-

ные и электронные) прибегают к эпатажности и сенсационности, другие соревнуются в оперативности, третьи, используя возможности конвергенции, пытаются сочетать текстовую информацию в своём контенте с визуальной и аудиальной, что характерно для

интернет-изданий. В этой гонке за первенство на помощь редакциям приходят самые различные средства, в том числе вербальные, которые могут быть с положительной или отрицательной модальностью.

Вполне очевиден тот факт, что для текстовых материалов современных СМИ (как печатных, так и функционирующих в интернет-пространстве) нужна особая форма подачи информации с применением различных языковых средств. Таковыми представляются полемические материалы, созданные как авторами от редакций, так и популярными блогерами (так называемыми свободными авторами) и размещёнными на личных страницах создателей медиаконтента, в том числе в аккаунтах соцсетей.

ЦЕЛЬ, ЗАДАЧИ И МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Целью исследования стало всестороннее изучение предположения о том, что материалы на политическую тему обладают значительным потенциалом для побуждения массовой аудитории к диалогу (с автором, с другими представителями аудитории); при этом часто вокруг подобных материалов организуется полемика между различными пользователями социальных сетей.

В числе частных задач исследования следующие:

- всесторонний анализ аккаунтов в социальных сетях политических лидеров областей, входящих в Центрально-Черноземный регион;
- выявление действенных аргументов взаимодействия с аудиторией и воздействия на неё для организации устойчивого воздействия на неё;
- уточнение потенциала медиаполемик в социальных сетях.

Применялись следующие методы исследования: метод сравнительного анализа, методы дедукции и индукции, текстологический, метод сплошной выборки.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Действенность полемики отмечалась задолго до наших дней. Так, неизвестный автор, писавший в редакцию журнала «Время»,

ещё в XIX веке обозначил сущность полемики: «Въ настоящее время въ журналахъ много полемики. <...> Полемика идей есть дѣло необходимое и полезное. Какъ скоро взгляды расходятся, борьба между ними неизбежна, и служить ко взаимному уясненію. Если у насъ являются только рѣдкіе и слабые слѣды такой борьбы, то это вполнѣ удовлетворительно объясняется тѣмъ, что полемика идей есть дѣло необыкновенно трудное. Хорошая полемика такого рода есть истинная драгоценность, и значительные образцы ея только изрѣдка встрѣчаются въ самыхъ развитыхъ литературахъ» [1]. Тот же автор обратил внимание и на такой немаловажный факт, что полемика была распространена во многих периодических изданиях ещё в то время (журнал М.М. и Ф.М. Достоевских выходил во второй половине XIX века – в 1861–1863 гг.). И ещё немаловажная деталь, отмеченная в том же абзаце: хорошая полемика – «истинная драгоценность», а её примеры находятся весьма редко.

Заметим, что вести взвешенную, обстоятельную, объективную, оправданную и аргументированную полемику непросто. Авторам необходимы базовые знания (языка и стиля, самого предмета обсуждения) и практические навыки (ораторские навыки, практический опыт публициста); в противном случае способностей одной из сторон, участвующих в полемике, хватит разве что на спор.

Для того чтобы приступить к обстоятельной полемике, стоит знать алгоритм её ведения. Основываясь на ранее изученном материале, обобщим основные подходы для полемиста, который в качестве канала коммуникации может использовать массмедиа.

1. Тема материала должна быть актуальной для широкой аудитории.
2. Полемические материалы, в том числе в интернет-изданиях, обладают широким диапазоном публицистических средств; в материале важно использовать наиболее действенные из них (сатира, сарказм, ирония, метафора и др.).
3. Важно использовать бескомпромиссные способы констатации авторской позиции в материалах. Она может быть высказана неявно, однако может проявляться, к примеру, в подборе респондентов, подтверждающих точку зрения автора [2].

4. Желаемое воздействие на аудиторию полемиста может оказать использование особым образом подобранной лексики.

5. Для приглашения читателя, слушателя или зрителя к обсуждению проблемы важно наделять материал открытым финалом. О его наличии может говорить, в том числе, экспрессия в конце текста (вопрос к аудитории, неоконченные фразы и мысли).

Полемике «от автора», то есть от журналиста конкретной редакции, в последнее время всё чаще составляет альтернативу полемика в так называемых «гражданских» массмедиа. Действительно, в последнее время социальные сети стали той площадкой, на которой дискуссии ведутся по самым разным проблемам, волнующим общество. Благодаря наличию технических возможностей стать автором материала может совершенно неограниченная аудитория. В роли полемистов выступают как создатели аккаунтов в социальных сетях, так и те, кто им противопоставляет свою точку зрения, то есть те, кто оставляют комментарии под публикациями (постами). Однако заглавный дискуссионный материал может быть опубликован от имени редакции с подписью «Анон» (предположительно, что такие материалы в редакцию присылает кто-то из аудитории подписчиков). Таковы, к примеру, паблики типа «Подслушано в...» (далее название населённого пункта) и «Чёрный список...» (в конце названия аккаунта также следует указание географического объекта) в социальных сетях ВКонтакте и Instagram* (социальная сеть, принадлежащая американской компании, которую признали экстремистской и запретили на территории Российской Федерации).

Обратимся к примерам в подобных пабликах в Тамбовской области. Однако, предваряя анализ аккаунтов, кратко охарактеризуем медиапространство региона. Можно отметить, что СМИ в регионе развиваются по своему сценарию. Учредителем значительной части печатных изданий является администрация Тамбовской области, соответственно, эти СМИ являются дотируемыми региональным органом власти, что существенно отражается на редакционной политике, тематике и проблематике публикаций.

Как отмечает Д.Н. Нечаев, «Рассматривая информационную политику, в том числе

в российских регионах, есть смысл выдвинуть тезис о том, что целенаправленная информационная политика органов государственного управления <...> находится пока на пути от манипулирования общественным мнением к «инженерии согласия» (по Э. Бернейсу). И этому есть объяснения, представляющие дилемму современного российского государственного управления» [3, с. 63], поскольку «нашим пропагандистам также не без труда приходится приспосабливать патерналистские ожидания масс в отношении властей к требованиям демократии, исходящим от западных стран» [4, с. 146].

Действительно, в каждом из 23 районов Тамбовской области есть своё «официальное» издание, преимущественно начавшие выходить ещё в начале XX века. В 2000-х гг. в регионе появились интернет-издания, причём большинство из них носят частный характер. 29 октября 2018 г. Роскомнадзором зарегистрировано СМИ «РИА «ТОП68», учредителем которого является ООО «Издательский дом «Тамбов». По сути, это информационная площадка, на которой с отсылкой на районные редакции представлены новости всех муниципальных изданий региона.

Наметившиеся в СМИ Тамбовской области тенденции в 2010-х гг. обобщил Д.Н. Нечаев: «Масштабные средства выделяются на взаимодействие со СМИ в Тамбовской области, где данный показатель демонстрирует, однако, динамику к сокращению: если в 2011 г. на эти цели было направлено 127,8 млн руб., то в 2012 г. – лишь 103,6 млн руб. Цели и задачи реализации государственной информационной политики в регионе определены в Стратегии позиционирования Тамбовской области в информационном поле, программе ребрендинга Тамбовской области. В качестве одного из приоритетов выбраны качественное, максимально полное освещение происходящих социально-экономических преобразований, поддержка реализуемых проектов. В данный документ выделен ряд линий позиционирования области для разных целевых аудиторий: федеральных органов власти, потенциальных инвесторов, культурной и деловой общественности, местного населения» [3, с. 57].

Как и в ряде других регионов России, на данной территории пользуются популярно-

стью группы и аккаунты типа «Подслушано в...» и «Чёрный список». Однако часто комментаторы во ВКонтакте, где подобные группы появились ранее, менее активны, чем в Instagram* (социальная сеть, признанная экстремистской и запрещённая на территории Российской Федерации). К примеру, в паблике «Чёрный список. Тамбов» во ВКонтакте (28,7 тыс. подписчиков) тематика публикаций, преимущественно анонимных, разная, часто совершенно бытовая и личная. В то же время в паблике «podslushano_tambovo Тамбов» в Instagram* (социальная сеть, признанная экстремистской и запрещённая на территории Российской Федерации) (67,1 тыс. подписчиков) большинство публикаций, также преимущественно анонимных, на злободневные темы.

Сравним публикации от 7 ноября 2021 г. в группе во ВКонтакте и за ту же дату в Instagram* (социальная сеть, признанная экстремистской и запрещённая на территории Российской Федерации). Самым обсуждаемым в этот день в группе ВК постом (в день публикуется в пределах 3–5 постов) стал следующий: *«Друзья, поражает количество людей, отрицающих пользу вакцинации. Ещё больше поражает, что они не приводят графиков/данных с крупной выборкой, а основываются на искажённом личном опыте. Сказать, что в ланцете все вокруг врут – легко. Потратить время на перевод и чтение хотя бы – сложно, и может разочаровать. Прочитайте про механизм действия аденовирусных вакцин, коей спутник и является. Почитайте, почему и за счёт чего удалось так быстро создать рабочую вакцину. Это может спасти не только вашу жизнь, но и жизнь ваших пожилых родителей»*. За сутки публикацию прокомментировало около 150 человек, 30 поставили «лайк», 5 сделали репост.

В Instagram* (социальная сеть, признанная экстремистской и запрещённая на территории Российской Федерации) 7 ноября на тему COVID-19 сразу несколько постов. 1) *«Детская вакцина от коронавируса в скором времени будет доступна»* получил около сотни обсуждений, свыше 200 поставили «лайк»; 2) *«В Тамбове ещё на неделю продлили каникулы школьникам»* обсудили 30 комментаторов, около 500 поставили «лайк»;

3) *«Розыгрыш 100 тысяч рублей среди вакцинированных продлили до 31 декабря»* обсудили свыше 30 человек, более 200 поставили «лайк».

Полемика в соцсетях преимущественно фиксируется вербальными средствами, а также привлекаются знаки другой системы – смайлы, подчёркивающие эмоции комментаторов. ВКонтакте есть возможность в комментарии добавлять картинки или GIFы. Эти средства подчёркивают эмоциональный фон полемики.

Как видим, в обеих проанализированных социальных сетях пользователи-комментаторы проявляют определённую активность, смело публично высказывают своё мнение, но несколько различаются формы их активности (комментарии, репосты, лайки). Обсуждение актуальных тем в соцсетях происходит, с одной стороны, автором заглавного поста, который может вступить в полемику позже – в комментариях; с другой стороны, – аудиторией пользователей. Чаще такие комментарии на уровне одной короткой реплики, но встречаются и весьма пространные; некоторые комментаторы проявляют заметную активность и не ограничиваются одним высказыванием.

С приходом к управлению администрацией Тамбовской области М.Б. Егорова в конце 2021 г. стала очевидной возросшая степень политического пиара в отношении первого лица политической элиты региона: регулярно ведутся его персональные аккаунты в различных социальных сетях, большой объём новостной информации с упоминанием главы областной администрации публикуется на страницах печатных изданий региона, в аккаунтах изданий, на официальных сайтах администрации и региональных ведомств, новостные и имиджевые сюжеты выходят на местных телеканалах. Впервые в регионе была проведена «прямая линия» с губернатором, в контексте которой усматривается не только информационная составляющая, но и очевиден политический пиар. В этой связи широкий круг потребителей различных медиапродуктов получил большое число информационных ресурсов с присутствием личности губернатора. Врио губернатора еженедельно представляет аудитории социальной сети ВКонтакте видеотчёт о

проделанной работе – видеодневник, в котором рассказывает об итогах прошедшей недели.

В условиях актуализации конвергентных аудитория массмедиа имеет возможность принимать непосредственное участие в медийном процессе. Причём количество комментариев и иных реакций под постами (публикациями) М.Б. Егорова значительное. С признанием экстремистской на территории Российской Федерации американской компании, которой принадлежит соцсеть Instagram* (социальная сеть, признанная экстремистской и запрещённая на территории Российской Федерации), заметная активность пользователей стала проявляться в соцсети ВКонтакте. В ходе работы было выявлено, что каждый пост лидера администрации вызывает определённый резонанс в обществе, о чём свидетельствуют многочисленные реакции. При этом нельзя исключать того факта, что социальные сети становятся не только информационным источником для аудитории, но и являются эффективным средством политической пропаганды. Сложно не согласиться с А.С. Лысенко, который отмечает, что пропаганда в современном обществе – самая распространённая форма психологического влияния. Данный исследователь справедливо замечает, что в обществе к феномену пропаганды сложилось устойчиво отрицательное отношение: «<...> термин «пропаганда» приобрёл отрицательный оттенок из-за ассоциации с негативными историческими примерами. <...> Сегодня политическая пропаганда является важным инструментом политической системы, который используется в основном политическими партиями, особенно перед выборами. В этом понимании, которое преобладает в современном демократическом мире, пропаганда является инструментом для уменьшения конкуренции и достижения победы. Ведь пропаганда – это информация, которая не беспристрастна и используется, прежде всего, чтобы влиять на аудиторию, часто представляя факты выборочно, чтобы обратить большее внимание на какое-то маловажное событие, или используя загруженные сообщения, чтобы получить эмоциональную, а не рациональную реакцию на представленную информацию» [5, с. 103-105]. Такие тенденции,

в частности, отмечают в своих исследованиях Д.Н. Кравцов [6], П.Н. Демченко и И.Н. Шаталина [7] и др.

Далее проведём анализ ряда публикаций и реакций на них со стороны аудитории в паблике врио главы администрации Тамбовской области М.Б. Егорова (<https://m.vk.com/mbegorov>). Заметим, что различные отклики на публикации в социальных сетях исследователь С.Н. Плотникова называет «дискуссом реагирования» [8; 9]; эту идею вслед за ней развивает Д.С. Гальчук [10].

Материалы для исследования подбирались методом сплошной выборки, однако были ограничены временным периодом – с 1 января по 28 февраля 2022 г. Однако вначале уточним следующие общие характеристики публикаций (постов), особенностей их комментирования, частоты выхода и др.

1. На проанализированный аккаунт подписано свыше 7,7 тысячи человек, состоят в друзьях у врио главы администрации Тамбовской области свыше 2,6 тысячи человек (при численности населения региона около 995 тысяч человек). Для сравнения приведём данные по подписке на аккаунты глав других регионов Центрально-Черноземного региона. Так, на аккаунт губернатора Белгородской области В. Гладкова (https://m.vk.com/gladkov_vv) подписано 115 тысяч подписчиков (при численности населения региона более 1,5 млн человек). На аккаунт губернатора Воронежской области А. Гусева (https://m.vk.com/gusev_36) подписано 37,7 тысячи человек, более 9 тысяч человек состоят в друзьях (при численности населения региона более 2,2 млн человек). На аккаунт губернатора Курской области Р. Старовойта (<https://m.vk.com/gubernator46>) подписано 75,5 тысячи человек (при численности населения около 1,1 млн человек). Исходя из анализа этих сведений, получены следующие данные по подписке аудитории на аккаунты глав региона: в Белгородской области на аккаунт областного лидера подписан примерно каждый 13-й житель региона, Воронежской области – примерно каждый 47-й, в Курской области – примерно каждый 15-й, Тамбовской области – примерно каждый 96-й.

2. За период с 1 января по 28 февраля 2022 г. в аккаунте врио главы администрации Тамбовской области М.Б. Егорова было

опубликовано следующее количество постов: за январь 2022 г. – 58, за февраль – 61. Следовательно, в среднем публикуется по 60 постов в месяц. В аккаунте главы Белгородской области в среднем публикуется 90 постов в месяц, Воронежской области – 41 пост в месяц, Курской области – 16 постов в месяц; аккаунт главы Липецкой области в январе–феврале 2022 г. обнаружен не был. Таким образом, наиболее активно ведётся лента в пабликах глав Воронежской и Тамбовской областей.

3. Среднее количество «лайков» на посты врио главы администрации Тамбовской области в месяц – 333, обсуждений каждого поста – 52, репостов публикаций (количество отправок публикаций в другие аккаунты, группы и т. п.) – 17. Значительное число реакций на посты в аккаунтах воронежского и курского лидеров. Так, у главы администрации Курской области в феврале 2022 г. количество «лайков» достигает 2,8 тысячи, комментариев – до 454, репостов – до 1,1 тысячи; в тот же период у главы администрации Воронежской области количество «лайков» достигает 5,4 тысячи, комментариев – до 1,1 тысячи, репостов – до 638.

4. Каждый пост врио главы администрации Тамбовской области в среднем просматривает 9,5 тысячи человек, главы администрации Курской области – до 167 тысяч, главы администрации Воронежской области – до 238 тысяч.

5. На продвижение аккаунта врио главы администрации Тамбовской области М.Б. Егорова в социальной сети ВКонтакте «работают» специальным образом подобранные хештеги, основные из которых с начала 2022 г. следующие: #ТамбовскаяОбласть, #МаксимЕгоров, #ХорошиеНовости, #силаВправде, #своихнебросаем. В аккаунтах глав других регионов Центрально-Черноземного региона хештеги не используются вообще.

Остановимся на самых резонансных за исследуемый период постах (публикациях) врио главы администрации Тамбовской области в социальной сети ВКонтакте¹.

Обратимся к посту от 31 января 2022 г., он следующего содержания: «Поздравляю Максима Косенкова с победой в конкурсе на

замещение должности главы администрации Тамбова! Максим Юрьевич уже много лет возглавляет администрацию областного центра. За эти годы он показал себя как опытный и компетентный руководитель, который добился немалых успехов на своём посту. Однако успокаиваться рано! Впереди предстоит много работы на благо родного города!». Публикация получила заметный отклик у аудитории: 680 лайков, 233 комментария, 27 репостов, 14,5 тыс. просмотров. Большинство комментариев содержат слова поздравления состоявшегося кандидата. Однако обнаруживаются и такие, которые идут вразрез с общим настроением. Так, пользователь соцсети Андрей Поляков пишет: «Поздравляю, и желаю не закрываться от критики. Увы, работа такая! Всегда кто то будет недоволен. Но этих недовольных надо слушать гораздо внимательнее, чем хвалящих и благодарящих». Ему отвечает пользователь Александр Шипинский: «Андрей, в этом вся беда ни глава, ни замы не слышат наших обращений. Всё спихивается на руководителей комитетов, большинство из которых «трудятся» в мэрии десятилетиями и по старинке строчат отписки потому что по другому они работать не умеют. Вот если бы все эти ответы подписывали хотя бы замы, то возможно и вранья было поменьше». В лексике второго обнаруживается явная критика организации работы органов власти. Один из комментариев был удалён модераторами, однако комментаторов. Так, в ответ на удалённый комментарий сохранились такие ответы: «Александр, лучшие работала Наталья Макаревич? Самому не смешно? Максим Юрьевич достойный кандидат на главу администрации»; «Александр, во Вьетнам в разгар пандемии умный человек не поедет. Да ещё за это премию 400 тыс. руб. горе-депутаты выписали»; «Александр, они в этом «коллективе» все друг друга стоят! Одна набитая дура во Вьетнам поехала, не понимая вообще что происходит, другие такие же ей ещё и денег дали! За что? За какие такие результаты!? Тамбов и область в печальных «лидерах» по смертности от ковида в стране. Получить качественную и доступную медпомощь официально невозможно! Все на договорняках и по понятиям»; «Михаил, а вы не пробовали посмотреть,

¹ В примерах орфография-пунктуация и стиль авторов сохранены.

какая зарплата у восхваляемого вами? В месяц? Не пробовали, очевидно» и др.

15 февраля 2022 г. впервые прошла «Прямая линия» с руководителем Тамбовской области, её запись в соцсети ВКонтакте собрала 247 лайков, получила 825 комментариев, было сделано 47 репостов, при этом количество просмотров поста составило 11,7 тысячи, а количество просмотров видео перевалило за 20 тысяч. Многие комментарии приветственного плана, однако есть и такие, в которых очевидна критика противоположной стороны (с одной стороны, врио главы администрации Тамбовской области и его аппарат, с другой – аудитория). В качестве примеров приведём такие комментарии: «Работа есть, но платят копейки!!! мужьям приходится отрываться от семей и ехать на вахту пахать в Москву»; «когда же наконец почистить дорогу к школе 36 от ул. Магистральной вдоль дома 11. невозможно не пройти не Проехать!»; «Почему так плохо чистят город в этом году? только основные улицы, и то везде колея, а на парковки, обочины вообще смотреть страшно»; «Нам нужны рабочие места нужны инвестиции Люди дома должны работать»; «Администрация Моршанского района, спасибо за ответ. К сожалению ремонт выполняется с низким качеством – об этом свидетельствует ежегодное разрушение асфальта весной, во время таяния снега»; «Тамбовскую область надо всю восстанавливать, камазы все дороги разобрали, а налоги заплати за ямы»; «Посмотрите на дороги в Первомайском районе, одни ямы» и т. п.

26 февраля 2022 г. М.Б. Егоров опубликовал высказывание по поводу ситуации на Украине: «Друзья, считаю необходимым высказаться по ситуации на Украине. Полностью поддерживаю политику Президента России Владимира Владимировича Путина. В своём обращении он дал лучшее объяснение – «нам не оставили выбора». Операция по денацификации и демилитаризации Украины – необходимость. Мы всегда выступали за мир между странами и народами. Но кое-кого, как учит история, нужно принуждать к миру. Данная спецоперация – единственная возможность для России обеспечить безопасное будущее для своих граждан, всего

русскоязычного населения как на территории Донбасса, так и Украины. Защитить от бомбежек и геноцида. Мы понимаем: если бы такое решение не было принято, уже в скором будущем силы НАТО стояли бы у самых наших границ. Наша страна не хочет войны. Однако существующие планы размещения натовских баз в Украине ставят под угрозу поражения всю территорию России вплоть до Урала. И те, кто говорит сейчас «нет войне», не понимают, что через несколько лет эти ракеты полетят в нас. По решению Президента руковожу одним из самых замечательных регионов России – Тамбовской областью. В трудные периоды нашей истории она всегда была для страны надёжным тылом. Президент может на нас положиться. Нас пытаются запугать санкциями и гневом Запада. Но они просто не понимают, что такое русские люди».

Данный пост создал общественный резонанс, о чём свидетельствуют отклики различного характера: пост собрал 754 лайка, опубликовано 184 комментария, 67 репостов, количество просмотров превысило 25 тысяч. Многочисленные комментарии обнаруживают поддержку позиции лидера региона со стороны аудитории. Однако опубликовано немало комментариев с полемической коннотацией, причём полемизируют не столько с отправителем поста, сколько комментирующие между собой: «Я не буду здесь высказывать своё мнение... Я не знаю кто прав кто нет... Я всего лишь хочу повернуть ваш взгляд в другую сторону... А точнее назад... Хабаровск... Где до границы с Китаем 30 минут пути... А там каких только ракет нет... Но что то это нас не очень беспокоит...»; «Ирина, если поссоримся с Китаем, то будут беспокоить также. Что тут непонятного-то? Завуалированная попытка напомнить про «слезу ребёнка»?»; «Ирина, «зачем с китаем ссориться.» (с) Как показывает суровая реальность, ссоримся не мы. Ссорятся с нами. Предлог при этом один – «мы не видим готовность России к дружеским отношениям». И, как говорится – попробуй докажи обратное...»; «Ирина, Добрый вечер! Вам китайцы сделали что-то плохое? Или Вы считаете, что китайцы, распространённое заблуждение, весь Дальний Восток подмяли под себя, зря, уважае-

мая Ирина, кто к нам приходит мирно, в конце концов он становится русским. Русский это не национальность, это состояние души!!!»; «Главное чтоб Путин не простил в очередной раз киевское правительство. И усадил их не за стол переговоров и очередные минские соглашения, а в зал Донецкого суда»; «Олеся, курс доллара или объявление санкций за один день никак не могут скакаться на ценах. Это сам народ кинулся скупать технику, а торговые сети (и прочие продавцы) не преминули этим воспользоваться и подняли цены. Как говорится – мы высекли сами себя... Но сволочам-продавцам это отыграется – когда народ насытится автоматическими стиралками и скороварками, и поймёт что деньги лучше побережечь на более насущные нужды – продажи техники рухнут и им (продавцам) придётся не сладко. Тут везде палки о двух концах»; «Олеся, хуже будет когда как в те года. Дом в думе назовут взорвавшимся а он ещё только заминирован был»; «Не могу одобрить действия нашего президента. Считаю, нет однозначной оценки происходящему. В чём то прав а в чём то нет»; «Елена, а сильное подорожание всего в магазинах ты тоже поддерживаешь?» и др.

Очевидно, что самыми действенными приёмами в полемике, организуемой в пространстве социальных сетей, стали следующие: использование эмоционально окрашенной лексики, сарказм, ирония, аргумент к гороховому, негативные характеристики противников, указание на вымышленные качества противника, произвольные доводы.

ВЫВОДЫ

На основании проведённого исследования получены качественно новые сведения о функционировании медиатекста в региональном политическом пространстве:

- впервые проводился сравнительный анализ аккаунтов политических лидеров областей Центрально-Черноземного региона;
- изучалась действенность медиаполемик в социальных сетях;
- уточнялись полемические приёмы, используемые политическими лидерами в публикациях в социальных сетях и комментаторами сообщений.

Исходя из результатов проведённого анализа публикаций в социальной сети ВКонтакте, обобщим общие тенденции, характерные для регионального политического дискурса:

1. В субъектах Российской Федерации осознают актуальность и востребованность у аудитории пользователей социальных сетей публикаций на политическую тему с акцентом на региональную проблематику.

2. Главы администраций регионов, в частности Центрально-Черноземного региона, осознают необходимость оперативного информирования граждан об актуальных событиях посредством личных аккаунтов в соцсетях. В частности, в социальной сети ВКонтакте активно развиваются аккаунты политических лидеров.

3. Многие публикации в личных пабликах политических лидеров получают определённую реакцию со стороны аудитории. В социальной сети ВКонтакте о её заинтересованности свидетельствуют «лайки», комментарии, репосты, количество просмотров. Особенно дискуссионные материалы по своему охвату аудитории могут соперничать со многими публикациями в пабликах политической элиты России; это свидетельствует о том, что аудитории в регионе всегда будут интересны местные, близкие именно ей проблемы.

4. Полемические материалы в соцсетях актуальны, тематически разнообразны и необходимы для привлечения и стимулирования внимания аудитории. Они позволяют обсудить злободневные проблемы на уровне комментирования новостей, что часто происходит не голословно, а обстоятельно, с тщательным подбором фактов. В отдельных случаях комментарии на реплики аудитории дают политические лидеры регионов либо, как это часто обнаруживается в аккаунте врио главы администрации Тамбовской области М.Б. Егорова, в процесс комментирования включаются профильные управления и ведомства.

5. Для обстоятельного обсуждения проблем необходим подбор фактов, аргументация. Однако часто комментирование спускается до уровня бытового спора на интернет-площадке (эмоционально окрашенная, уничижительная и оскорбительная лексика, ко-

торая, в лучшем случае, часто заменяется многоточием самими авторами комментариев. Однако в крайних случаях модераторы блокируют сообщения комментаторов. Таким образом, важна обстоятельность, аргументированность, подготовленность полемистов к теме, подкрепление собственной точки зрения фактами. В совокупности такие приёмы способствуют актуализации темы у широкой аудитории, мотивируют её к принятию решений, часто к совершению конкретных действий, в чём состоит одна из важнейших целей медиаполемики.

6. Наиболее действенными приёмами в полемике, организуемой в социальных сетях, являются следующие: использование эмоци-

ально окрашенной лексики, сарказм, ирония, аргумент к городовому, негативные характеристики противников, указание на вымышленные качества противника, произвольные доводы.

Очевидно, что паблики глав субъектов Российской Федерации в социальных сетях могут способствовать росту рейтингов политических лидеров, укреплению их позиций и, как следствие, росту доверия аудитории электората, так как соблюдение принципа открытости, открытый диалог с электоратом способствуют поддержанию благоприятного имиджа как самих политических лидеров, так и имиджа субъектов Российской Федерации.

Список источников

1. Страхов Н.Н. НЪЧТО О ПОЛЕМИКЪ (Письмо въ редакцію «Времени») // PHILOLOG.RU. Петрозаводский университет. Web-лаборатория Института филологии. Кафедра классической филологии, русской литературы и журналистики. URL: <https://philolog.petsu.ru/filolog/vremja/1861/AUGUST/polem.htm> (дата обращения: 12.11.2021).
2. Гуськова С.В., Балабанова Ю.Р. Позиция автора и полемический контент общественно-политического интернет-издания «Общая газета.RU» // Огарёв-Online. 2015. № 19 (60).
3. Нечаев Д.Н. Информационные аспекты деятельности политических акторов в современной России: инструменты, модели, PR-технологии: сб. науч. тр. / под ред. Д.Н. Нечаева, Е.С. Селивановой. Воронеж: Изд-во Воронеж. гос. ун-та, 2012. 332 с.
4. Белоусов А.Б. Эдвард Бернейс: от манипуляции общественным мнением к инженерии согласия // ПОЛИС. Политические исследования. 2012. № 4. С. 143-148.
5. Лысенко А.С. Политическая пропаганда как неотъемлемая часть политической системы // Психология и педагогика: методика и проблемы практического применения. Новосибирск: Центр развития научного сотрудничества, 2016. № 49 (1). С. 103-106.
6. Крайнов Д.Н. Политическая пропаганда как феномен социально-политической реальности // Антропос: Логос и Теос. 2019. № 5. С. 196-216.
7. Демченко П.Н., Шаталина И.Н. Речевая агрессия в интернет-коммуникации как форма политической полемики и пропаганды // Актуальные проблемы экранных и интерактивных медиа: сб. материалов науч.-практ. конф. / сост. и науч. ред. Н.Г. Кривуля. М., 2019. С. 86-96.
8. Плотникова С.Н. Политик как конструктор дискурса реагирования // Политический дискурс в России: святыне без житий: материалы постоянно действующего семинара. М.: МАКС Пресс, 2005. Вып. 8. С. 22-26.
9. Плотникова С.Н., Домышева С.А. Политическое дискурсивное пространство: принципы структурирования // Политическая лингвистика. 2009. № 1 (27). С. 104-109.
10. Гальчук Д.С. Понятие «дискурс реагирования» в современной политической интернет-коммуникации: определение и свойства // Политическая лингвистика. 2020. № 5 (83). С. 48-53.

References

1. Strakhov N.N. NECHTO O POLEMIKE (Pis'mo v redaktsiyu «Vremeni») [SOMETHING ABOUT POLEMICS (Letter to the editors of "Vremya")]. PHILOLOG.RU. Petrozavodskiy universitet. Web-laboratoriya Instituta filologii. Kafedra klassicheskoy filologii, russkoy literatury i zhurnalistiki [PHILOLOG.RU. Petrozavodsk University. Web-laboratory of Philology Institute. Classical Philology, Russian Literature and Journalism Department]. (In Russian). Available at: <https://philolog.petsu.ru/filolog/vremja/1861/AUGUST/polem.htm> (accessed 12.11.2021).

2. Guskova S.V., Balabanova Y.R. Pozitsiya avtora i polemicheskii kontent obshchestvenno-politicheskogo internet-izdaniya «Obshchaya gazeta.RU» [The position of the author and the polemical content of the socio-political online publication “Obshchaya Gazeta.RU”]. *Ogarev-Online*, 2015, no. 19 (60). (In Russian).
3. Nechayev D.N. *Informatsionnyye aspekty deyatel'nosti politicheskikh aktorov v sovremennoy Rossii: instrumenty, modeli, PR-tehnologii* [Information Aspects of the Activities of Political Actors in Modern Russia: Tools, Models, PR-Technologies]. Voronezh, Voronezh State University Publ., 2012, 332 p. (In Russian).
4. Belousov A.B. Edvard Bernays: ot manipulyatsii obshchestvennym mneniyem k inzhenerii soglasiya [Edward Bernays: from the manipulation of public opinion to the engineering of consent]. *POLIS. Politicheskoye issledovaniye – Polis. Political Studies*, 2012, no. 4, pp. 143-148. (In Russian).
5. Lysenko A.S. Politicheskaya propaganda kak neot'yemlemaya chast' politicheskoy sistemy [Political propaganda as an integral part of the political system]. *Psikhologiya i pedagogika: metodika i problemy prakticheskogo primeneniya* [Psychology and Pedagogy: Methods and Problems of Practical Application]. Novosibirsk, Development of Scientific Cooperation Center Publ., 2016, no. 49 (1), pp. 103-106. (In Russian).
6. Kravtsov D.N. Politicheskaya propaganda kak fenomen sotsial'no-politicheskoy real'nosti [Political propaganda as a phenomenon of social and political reality]. *Antropos: Logos I Teos – Anthropos: Logos and Theos*, 2019, no. 5, pp. 196-216. (In Russian).
7. Demchenko P.N., Shatalina I.N. Rechevaya agressiya v internet-kommunikatsii kak forma politicheskoy polemiki i propagandy [Speech aggression in Internet communication as a form of political controversy and propaganda]. *Sbornik materialov nauchno-prakticheskoy konferentsii «Aktual'nyye problemy ekrannykh i interaktivnykh media»* [Collection of Materials of the Scientific and Practice Conference “Current issues of Screen and Interactive Media”]. Moscow, 2019, pp. 86-96. (In Russian).
8. Plotnikova S.N. Politik kak konstruktor diskursa reagirovaniya [The politician as a constructor of the discourse of response]. *Materialy postoyanno deystvuyushchego seminara «Politicheskii diskurs v Rossii: svyatyie bez zhitiya»* [Proceedings of a Permanent Seminar “Political Discourse in Russia: Saints without Lives”]. Moscow, MAKSS Press Publ., 2005, issue 8, pp. 22-26. (In Russian).
9. Plotnikova S.N., Domysheva S.A. Politicheskoye diskursivnoye prostranstvo: printsipy strukturirovaniya [Political discourse space and its structural organization]. *Politicheskaya lingvistika – Political Linguistics*, 2009, no. 1 (27), pp. 104-109. (In Russian).
10. Galchuk D.S. Ponyatiye «diskurs reagirovaniya» v sovremennoy politicheskoy internet-kommunikatsii: opredeleniye i svoystva [The notion of “discourse of response” in modern political internet communication: definition and typical features]. *Politicheskaya lingvistika – Political Linguistics*, 2020, no. 5 (83), pp. 48-53. (In Russian).

* Социальная сеть Instagram (принадлежит Meta**) запрещена на территории Российской Федерации. 21 марта 2022 г. компания Meta** признана экстремистской организацией, деятельность холдинга в России запрещена.

Информация об авторе

Гуськова Светлана Владимировна, кандидат филологических наук, доцент кафедры журналистики, рекламы и связей с общественностью, Тамбовский государственный университет им. Г.П. Державина, г. Тамбов, Российская Федерация, ORCID: [0000-0001-6163-403X](https://orcid.org/0000-0001-6163-403X), guskova_s_v@mail.ru

Вклад в статью: тема и идея исследования, поиск и анализ научной литературы, разработка методики исследования, анализ материалов социальных сетей, обобщение результатов, написание и оформление текста статьи.

Статья поступила в редакцию 02.03.2022
Одобрена после рецензирования 16.05.2022
Принята к публикации 20.05.2022

Information about the author

Svetlana V. Guskova, Candidate of Philology, Associate Professor, Professor of Journalism, Advertising and Public Relations Department, Derzhavin Tambov State University, Tambov, Russian Federation, ORCID: [0000-0002-1453-4877](https://orcid.org/0000-0002-1453-4877), guskova_s_v@mail.ru

Contribution: topic and idea of study, scientific literature search and analysis, research methodology development, social media materials analysis, results generalization, manuscript text drafting and design.

The article was submitted 02.03.2022
Approved after reviewing 16.05.2022
Accepted for publication 20.05.2022

Неофилология

Neofilologiya = Neophilology

ISSN 2587-6953 (Print)

<http://journals.tsutmb.ru/neophilology/>

ISSN 2782-5868 (Online)

Перечень ВАК, РИНЦ, DOAJ, Ulrich's Periodicals Directory, EBSCO, ResearchBib, CrossRef, НЭБ «eLIBRARY.RU», ЭБ «КиберЛенинка»

НАУЧНАЯ СТАТЬЯ

УДК 81-26

DOI 10.20310/2587-6953-2022-8-2-369-376

Лексико-семантические маркеры искажения медиаобраза Нигерии в российских медиатекстах

Джошуа Оладотун Анджолаолува ОРАБИЙИ

ФГАОУ ВО «Российский университет дружбы народов»

117198, Российская Федерация, г. Москва, ул. Миклухо-Маклая, 6

✉ orabiyi-d@rudn.ru

Аннотация. Статья посвящена проблемам лингвистических искажений медиаобраза страны, удалённой от страны-имиджеполучателя в медиатекстах её СМИ. Исследованы медиатексты, освещающие жизнь Нигерии в «Российской газете» за 2020–2021 гг., их тематика, жанровые особенности и специфика выбора языковых средств. В процессе лингвистического лексико-семантического анализа наиболее частотных лексем в них выявлена резко отрицательная оценочность, характеризующих жизнь и деятельность нигерийского государства. Доказано, что подобный смысловой сдвиг в освещении Нигерии означает односторонность её представления, отрицательно влияет на формирование её медиаобраза, мешает созданию позитивного и перспективного имиджа Нигерии в странах далёкого зарубежья и оказывает негативное влияние на общественное мнение этих стран.

Ключевые слова: лексика СМИ, медиатекст, семантика, медиаобраз, Нигерия

Для цитирования: Орабийи Джошуа Оладотун Анджолаолува. Лексико-семантические маркеры искажения медиаобраза Нигерии в российских медиатекстах // Неофилология. 2022. Т. 8, № 2. С. 369-376. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2022-8-2-369-376>



Материалы статьи доступны по лицензии [Creative Commons Attribution \(«Атрибуция»\) 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) Всемирная



Lexical-semantic markers of distortion of the media image of Nigeria in Russian media texts

Joshua Oladotun Anjolaoluwa ORABIYI

Peoples' Friendship University of Russia
6 Miklukho-Maklaya St., Moscow 117198, Russian Federation
✉ orabiyi-d@rudn.ru

Abstract. The research is devoted to the problems of linguistic distortions of the media image of a country, distant from the image-receiving country in the media texts of its media. Media texts covering the life of Nigeria in the “Rossiyskaya Gazeta” in 2020–2021, their themes, genre features and the specifics of the choice of linguistic means are studied. In the process of linguistic lexical and semantic analysis of the most frequent lexemes, a sharply negative evaluative characterization of the life and activities of the Nigerian state was revealed. It is proved that this semantic shift in the coverage of Nigeria means the one-sidedness of its representation, negatively affects the formation of its media image, hinders the creation of a positive and promising image of Nigeria in countries far abroad and has a negative impact on public opinion in these countries.

Keywords: media vocabulary, media text, semantics, media image, Nigeria

For citation: Joshua Oladotun Anjolaoluwa Orabiyi. Leksiko-semanticheskiye markery iskazheniya mediaobraza Nigerii v rossiyskikh mediatekstakh [Lexical-semantic markers of distortion of the media image of Nigeria in Russian media texts]. *Neofilologiya – Neophilology*, 2022, vol. 8, no. 2, pp. 369-376. [https://doi.org/ 10.20310/2587-6953-2022-8-2-369-376](https://doi.org/10.20310/2587-6953-2022-8-2-369-376) (In Russian, Abstr. in Engl.)



This article is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



ВВЕДЕНИЕ

Проблема устойчивого положительного имиджа особенно критична для стран, находящихся далеко от цели имиджевого воздействия. Имидж, основным строительным материалом которого является сложившийся естественным образом образ, всегда имеет цели и задачи, ради реализации которых он и создаётся. Однако чем дальше от другой страны находится страна-получатель имиджевого послания, тем сложнее стране-отправителю руководить этим процессом. Несмотря на глобализацию медиасферы в цифровом пространстве, СМИ страны-отправителя в силу множественности барьеров, ограничивающих её информационно-коммуникационную деятельность, не имеют возможности оказывать какое-либо существенное влияние на формирование медиаобраза своей страны

в стране далёкой. Там ведущим создателем медиаобраза страны становятся СМИ страны-получателя, не обладающие достаточными знаниями о стране-отправителе, не имеющие представлений о её особенностях. Исходя из основополагающей концепции образа как явления с устойчивыми характеристиками, которые складываются без постороннего влияния или участия, в случае с «далёкой» страной эти характеристики формируются в медиатекстах, публикуемых СМИ страны-получателя. Особенно наглядно это проявляется в тематике и отборе освещаемых событий.

ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Проблема исследования – выявление лингвистических указателей на искажение медиаобраза Нигерии в российских СМИ, их

анализ с целью определения их значимости с точки зрения формирования имиджа «далёкой» страны в странах дальнего зарубежья.

Исследовательский вопрос состоит в том, что для «далёкой» страны публикации о ней в СМИ страны-имиджеполучателя являются единственным ресурсом формирования её медиаобраза в общественном сознании массовой аудитории. Языковые средства воздействуют на аудиторию и создают в её представлении устойчивый медиаобраз «далёкой» страны вдали от неё через неродной для этой страны язык, усугубляя этим искажение образных характеристик.

Материалом исследования являются медиатексты о Нигерии, опубликованные на сайте «Российской газеты» в 2020–2021 гг.

Задачи и гипотеза исследования определили необходимость использования таких методов, как описание, обобщение, интерпретация и классификация материала, метод лексико-семантического и коммуникативного анализа.

ТЕОРЕТИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ

Понятие образа многогранно и разрабатывается в различных гуманитарных науках, прежде всего литературоведении, где художественный образ – одна из основных категорий литературоведческого анализа. Еще в 70-е гг. прошлого века складываются его базовые принципы и подходы. Л.И. Тимофеев в исследовании по теории литературы предлагает рассматривать образ как «конкретную и в то же время обобщённую картину человеческой жизни» [1, с. 60]. Это положение необходимо применить к исследованию образа «далёкой» страны, так как её медиаобраз должен объективно и полномасштабно представить картину человеческой жизни в этой стране. Распространяя данное утверждение, П.В. Палиевский усматривает в образе «сложную взаимосвязь деталей конкретно-чувственной формы как систему образных деталей, находящихся в сложном взаимоотражении, благодаря чему создаётся нечто существенно новое, обладающее колоссальной содержательной ёмкостью» [2, с. 128]. Следовательно, целостный образ «далёкой» страны, рисуемый СМИ, должен сочетать в себе все необходимые компоненты, как

портрет человеческого лица. Только в этом случае он сможет воздействовать на аудиторию на чувственно-эмоциональном уровне и влиять на её мнение об этой стране. Очень подробное исследование природы, видов и форм словесно художественного портрета дано в работах О.А. Мальцевой, которая среди разнообразных языковых средств выделяет лексику, описывающую внешность [3, с. 67]. В лексике медиаобраза главенствующую роль выполняют выраженные существительными номинативы, позволяющие сэкономить языковые средства и сжать смыслы в ограниченном объёме медиатекста.

Среди многочисленных последующих исследований, посвящённых этому предмету, особое внимание привлекают те, в которых содержатся выводы, полезные для решения поставленной проблемы. М.И. Котович обращает внимание на языковые средства создания персонажа в художественном произведении и справедливо подчёркивает среди компонентов образа ведущую роль портрета, утверждая, что «портрет персонажа художественного произведения представляет собой одну из разновидностей описания как формы контекстно-вариативного членения текста» [4, с. 66]. Н.Г. Пелевина и Е.Е. Заря подтверждают, что «через портрет автор раскрывает внутренний мир персонажа, особенности его характера» [5, с. 20]. Ещё более тщательно трактует образ и средства его создания А.А. Светличная, указывая на структурную комплексность и формирование образа во взаимодействии «портрета, поступков, биографии и характеристики героев, их привычек и манер» [6]. В зарубежных исследованиях понятия образ и имидж являются практически зеркальными синонимами. По мнению М. Денеси, термин “media image” означает «представление и чувственное отражение» [7, р. 28], причём разные исследователи сообщают понятию имиджа различные варианты, среди которых для нас наиболее важен термин “public image”, означающий публичный имидж [8].

В медиаобразе портрет как средство его создания также занимает первое место, поскольку конкретное описание события, безусловно, должно содержать портретную персонализацию участников события. В случае настоящего исследования персонажем стано-

вится вся страна. Е.Б. Борисова, рассуждая о содержании понятий «художественный образ» и «образность» в литературоведении и лингвистике, представляет образ как «систему конкретно-чувственных деталей» [9, с. 21]. Действительно, при переносе на исследование образа страны это означает, что полноценным он может считаться в том случае, когда все его характеристики будут обладать силой воздействия на чувства и могут быть систематизированы. Этот же исследователь продолжает далее рассматривать понятие художественного образа более подробно, утверждая, что «образ – это конкретная и в то же время обобщенная картина бытия, созданная при помощи вербальных средств и художественно-композиционных приёмов, и имеющая эстетическое значение» [9, с. 25]. Многое из этого мнения экстраполируется и на медиаобраз страны, в частности конкретность и обобщённость картины бытия в этой стране, которая требует всесторонней информации о разнообразных событиях, которые происходят в Нигерии, как и в любой другой стране. Особенно актуальным становится уточнение о вербальных средствах и композиционных приёмах, которые имеют значение при создании любого связного по смыслу текста, а в случае с освещением жизни «далёкой» страны за рубежом вербализация образа становится принципиально важной.

Медиапространство приобретает сегодня глобальный характер, поскольку медиа оказывают влияние на все стороны общественной и личной жизни за счёт вовлечения в медиаваймодействие огромной аудитории [10, р. 169]. Для одного из основоположников медиаисследований М. Маклюэна «медиа как средство коммуникации оказывает решающее воздействие на содержание сообщения» [11, р. 27]. В данном случае имеется в виду именно медиаречь, значение которой подчёркивают К. Нортимо, Дж. Хёрккенонб и Е. Карвоненч, определяя медиа как «языки, каждый из которых обладает собственной грамматикой» [12, р. 2807]. В последние годы в связи с активным развитием медиапространства возникло новое научное направление медиалингвистики, изучающее функционирование языка в массовой медиакоммуникации преимущественно в виртуальном пространстве. В связи с этим возникли новые

подходы и к изучению образа, а точнее медиаобраза, формирующегося в сетевых текстах.

Ведущий медиалингвист Т.Г. Доброклонская справедливо утверждает, что медиалингвистика состоит в «изучении концептуальной стороны текстов массовой информации и направлена на выявление соотношения реальной действительности и её медиарепрезентаций» [13, с. 51]. Данное мнение подтверждает потребность выявления соотношения между реальной жизнью государства и медиапрезентацией в СМИ её получателя. Л.В. Хочунская в ряду специфических характеристик медиаобраза, проявляющихся в СМИ, отмечает, что «современные средства массовой коммуникации предъявляют своей аудитории мозаичный образ мира» [14, с. 116]. Этот принцип мозаичности реально проявляется в медиаобразе «далёкой» страны, формирующейся в СМИ страны-получателя. В то же время важным становится и мнение И.Ю. Киселёва о том, что «существующие ранее стереотипы всё равно остаются в подсознании аудитории» [15, с. 256]. В ситуации хаотичной мозаичности стереотипы не только обретают решающее влияние на общественное мнение, но и прочно закрепляются в нём. Как считает Т.Н. Галинская, «сегодня уже нет сомнений, что массмедиа действительно оказывают влияние на мнения и настроения в обществе». Более того, «текстовые описания фрагментов реальности, отражающие мировоззрение, ценностные ориентации, политические предпочтения, а также психологические качества журналистов» [16]. Именно поэтому первостепенное значение приобретает лингвистический анализ медиатекстов, формирующих образ страны вдали от неё.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

«Российская газета» – одно из центральных российских периодических изданий, официальный печатный орган правительства Российской Федерации. Такой статус в русскоязычном медийном пространстве обеспечивает «Российской газете» высокую степень доверия и авторитета. Публикации «Российской газеты» часто цитируются в других изданиях, формируя устойчивое общественное

мнение. Сама газета является активным участником медиакоммуникативных процессов и как владелец аккаунтов в социальных сетях, и как организатор интернет-сообществ, и как надёжный источник информации для других интернет-ресурсов.

Сетевая версия газеты «Российская газета» – это большой по объёму, достаточно разветвлённый по своей архитектуре сайт с многовекторным рубрикатором. В числе рубрик, заявленных на главной странице сайта, – рубрика «В мире», из которой можно попасть в раздел «Африка», а затем – в подраздел «Нигерия». За 2 года в нём собралось 33 публикации, подавляющее большинство которых по жанру являются информационными заметками, более или менее расширенными. В информационных жанрах, особенно в заметках, отсутствуют оценки, экспрессивность, мнения. Однако информационная доминанта не исключает оценочности, которая может быть выражена через значение выбранных лексических единиц. Анализ 33 публикаций позволяет выявить наиболее характерные черты медиаобраза Нигерии, который в них формируется, и определить их оценочный статус.

Категория медиаобраза структурно опирается на принцип четырёх «w». Компоненту «кто» соответствуют наиболее частотные лексемы «*боевики*», «*бандиты*». Негативность определяется семантикой этих слов, которые в русском языке имеют определённые значения, кодифицированные в толковых словарях. В русском языке данные слова имеют чёткие кодифицированные значения, среди которых наиболее негативным является слово «*бандит*», которое означает «грабитель», «преступник», «нарушитель», то есть человек, занимающийся общественно осуждаемой, запрещённой деятельностью, это слово относится к инвективной, бранной лексической группе. («*В Нигерии похитившие 200 школьников бандиты потребовали выкуп*»).

Данный смысл поддерживают другие частотные номинации в текстах «Российской газеты» о Нигерии, где данные слова являются подлежащими, то есть главными членами предложений, которые описывают нигерийскую жизнь. Слово «*боевики*» имеет значение «участник незаконного боевого

формирования», что также связано с незаконной деятельностью, обсуждаемой обществом. («*Нигерийские боевики убили заложников из НПО «Действие против голода*»).

Слово «*пират*» является синонимом слова «бандит», в толковых словарях имеет помету «уничжительный» и означает «разбойник», которое в свою очередь образовано от слова «разбой», то есть «нападение с целью насильственного хищения чужого имущества, может привести к гибели жертв нападения». Очевидность нелегитимной деятельности усугубляется законодательством, предусматривающим наказание за разбой и бандитизм. («*У побережья Нигерии пираты захватили судно с украинцами на борту*»).

Компоненту «что произошло» – глаголы совершенного вида в прошедшем времени, которые подчёркивают конкретные результаты, усиливают фактологичность, обеспечивают выражение информации в форме утверждений. Реализация компонента «что произошло» лингвистически обеспечивается глаголами, которые обозначают в предложениях сказуемые и служат для выражения основных действий, происходящих в Нигерии, также имеют ярко негативную окраску. Глагол «*убить*» в русском языке означает «лишить жизни, умертвить». Глагол «*похитить*» в русском языке означает «тайно, незаконно отнять, завладеть, украсть» (синоним – глагол «украсть»). («*В Нигерии похитили двух моряков из России*»). Глагол «*захватить*» в русском языке имеет несколько значений, в ряду которых выделяется значение, связанное с понятием «захватчик», человек, занимающийся насильственным присвоением себе чужого имущества или ограничением свободы других людей с угрозой для их жизни. («*Пираты захватили контейнеровоз у берегов Нигерии*»). Все эти действия оцениваются как противоправные. В отношении живых существ, за исключением некоторых случаев, такие действия осуждаются обществом и морально, и законодательно. Следовательно, лица, которые совершают такие действия, также отвергаются обществом. Переносные значения этих слов также опираются на прямые значения, имеющие резко отрицательную оценку.

Нигерийские боевики становятся центральными персонажами медиаобраза. Они

часто похищают людей и редко их освобождают. (*«Не менее 30 человек стали жертвами теракта в Нигерии»*). Отношения с Россией также отражаются в похищениях и освобождениях российских граждан. О властях Нигерии сообщают в связи с пандемией и смертью от ковида представителя администрации президента Нигерии. (*«В Нигерии от COVID-19 умер глава администрации президента»*) А также с крушением самолёта, в котором погибает высокопоставленный военный. Даже природа в Нигерии характеризуется в негативном контексте: страна непригодна для проживания. (*«Столица Нигерии может стать непригодной для проживания из-за изменения климата»*). За 2 года, по сведениям сообщений в «Российской газете», Нигерия лишь один раз проявила характер и потребовала нечто принадлежащее ей. Самостоятельно Нигерия лишь заблокировала твиттер, зарегистрировала вакцину «Спутник», потребовала от Британии вернуть миллионы долларов. (*«Нигерия потребовала от Британии вернуть миллионы генерала Сани Абача»*).

В «Российской газете» Нигерия предстаёт как страна, в которой происходят только несчастья, власть не имеет никакой силы, хозяйничают боевики, бандиты и пираты. (*«В Нигерии 15 человек стали жертвами атаки на кортеж губернатора»*). По мнению «Российской газеты», за 2 года в ней случились крупный пожар, крушение самолёта, обрушение здания с большими жертвами, блокировка твиттера, заражение ковидом, массовая смерть от жёлтой лихорадки, захваты, убийства и похищения. Ключевыми фреймами тематики сообщений являются «*пираты*», «*боевики*», «*ковид*», «*жёлтая лихорадка*», «*захват*», «*болезнь*», «*убийство*», «*крушение*», «*обрушения*», «*непригодность*», «*потеря больших денег*». Все эти фреймы объединяются в ассоциативную цепочку с семантикой смерти. Наблюдается ненамеренная дискредитация, нарушающая информационное право Нигерии на объективное освещение её жизни и деятельности. Нигерия предстаёт на сайте «Российской газеты» как страна, в которой боевики и пираты – главные действующие лица. Через публикации выстраивается устойчивая смысловая парадигма негативной оценочности. Если выстроить

шкалу негатива по степени возрастания из трёх ступеней – резко негативный, относительно негативный и малонегативный, то 33 публикации разделяются следующим образом: 28 (85 %) – резко негативные, 4 (12 %) – относительно негативные и 1 (3 %) – малонегативная.

ВЫВОДЫ

Для «далёкой» страны чуждый ей язык становится единственным инструментом формирования общественного мнения об этой стране через медиаобраз, формирующийся в СМИ вдали от неё. Именно СМИ страны-получателя этого медиаобраза являются решающей силой воздействия на формирование стереотипов, которые могут устояться в общественном мнении и влиять на дальнейшее восприятие страны.

Выявленные лингвистические маркеры искажения медиаобраза Нигерии в сетевых медиатекстах «Российской газеты» относятся к лексическому уровню языковой системы и оказываются эффективным инструментом формирования устойчивых стереотипных представлений о «далёкой» стране. Языковые средства журналистских текстов воздействуют на аудиторию и создают в её представлении медиаобраз «далёкой» страны через неродной для этой «далёкой» страны язык, усугубляя степень негатива.

В информационных сообщениях зарубежных СМИ о «далёкой» стране имплицитно вшиты коннотации отношения к этой стране. Относительно Нигерии эти коннотации имеют резко выраженную негативную окрашенность, что подтверждается анализом языка и стиля этих сообщений. Возникающее когнитивное искажение вызывает деструкцию общей информационной картины в отношении места Нигерии в мировом медиаландшафте. Медиаобраз Нигерии, представленный в «Российской газете», не может служить эффективным материалом для формирования общественного мнения. «Далёким» странам, подобным Нигерии, требуется серьёзная работа по коррекции медиаобраза в зарубежных СМИ. Перспективность исследования данной проблемы определяется тем, что она касается очень многих стран мира, имидж которых имеет для них важнейшее

значение в эпоху перехода мирового сообщества в информационное пространство. И проблемность построения качественного имиджа из-за искажений в медиаобразе ока-

зывается актуальной для широкого спектра стран, находящихся «в тени» глобальной информационной повестки дня.

Список источников

1. Тимофеев Л.И. Основы теории литературы. М., 1976. 373 с.
2. Палиевский П.В. Литература и теория. М., 1979. 152 с.
3. Мальцева О.А. Семантико-стилистическая интерпретация словесного портрета и повторной номинации в художественном прозаическом тексте. Л., 1986. 87 с.
4. Котович М.И. Языковые средства создания персонажа в художественном произведении // Идеи. Поиски. Решения: сб. ст. и тез. 9 Междунар. науч.-практ. конф.: в 6 ч. Минск: БГУ, 2015. Ч. 5. С. 64-68.
5. Пелевина Н.Г., Заря Е.Е. Языковые средства создания персонажа // Новейшие достижения и успехи развития гуманитарных наук. 2017. № 1. Секция № 19. С. 18-20.
6. Светличная А.А. Художественный образ и средства его создания // Молодой учёный. 2020. № 16 (306). С. 213-215.
7. Danesi M. Dictionary of media and communications. N. Y.: M.E. Sharpe, 2009. 333 p.
8. Dunn D., Cody M.J. Account credibility and public image: Excuses, justifications, denials, and sexual harassment // Communication Monographs. 2000. Vol. 67. P. 372-391.
9. Борисова Е.Б. О содержании понятий 'художественный образ' и 'образность' в литературоведении и лингвистике // Вестник Челябинского государственного университета. 2009. № 35 (172). С. 20-26.
10. The Media: An Introduction / A. Briggs, P. Cobley (eds.). Edinburgh: Longman, 1998. 500 p.
11. McLuhan M. Understanding Media: The Extensions of Man. N. Y.: McGraw-Hill, 1964. 359 p.
12. Nuortimo K., Härkönen J., Karvonenc E. Exploring the global media image of solar power // Renewable and Sustainable Energy Reviews. 2018. Vol. 81. P. 2806-2811. <https://doi.org/10.1016/j.rser.2017.06.086>
13. Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ: современная английская медиаречь. М.: Флинта: Наука, 2008. 263 с.
14. Хочунская Л.В. Медиаобраз как диалог ценностей. М.: РУДН, 2011. 179 с.
15. Киселёв И.Ю. Проблема образа государства в международных отношениях: конструктивистская парадигма // Политическая экспертиза: ПОЛИТЭК. 2007. Т. 3. № 3. С. 253-260.
16. Галинская Т.Н. Понятие медиаобраза и проблема его реконструкции в современной лингвистике // Вестник Оренбургского государственного университета. 2013. № 11 (160). С. 91-94.

References

1. Timofeyev L.I. *Osnovy teorii literatury* [Fundamentals of the Theory of Literature]. Moscow, 1976, 373 p. (In Russian).
2. Paliyevskiy P.V. *Literatura i teoriya* [Literature and Theory]. Moscow, 1979, 152 p. (In Russian).
3. Maltseva O.A. *Semantiko-stilisticheskaya interpretatsiya slovesnogo portreta i povtorno nominatsii v khudozhestvennom prozaicheskom tekste* [Semantic-Stylistic Interpretation of Verbal Portrait and Nomination in Artistic Prose Text]. Leningrad, 1986, 87 p. (In Russian).
4. Kotovich M.I. Yazykovyye sredstva sozdaniya personazha v khudozhestvennom proizvedenii [Linguistic means of creating a character in a work of fiction]. *Sbornik statey i tezisov 9 Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii «Idei. Poiski. Resheniya»: v 6 ch. Ch. 5* [Proceedings of the International Scientific and Practical Conference "Ideas. Search. Solutions": in 2 pts. Pt 5]. Minsk, Belarusian State University Publ., 2015, pp. 64-68. (In Russian).
5. Pelevina N.G., Zarya E.E. Yazykovyye sredstva sozdaniya personazha [The linguistic means of creating a character]. *Noveyshiye dostizheniya i uspekhi razvitiya gumanitarnykh nauk* [The Latest Achievements and Successes in the Development of the Humanities], 2017, no. 1, Section no. 19, pp. 18-20. (In Russian).
6. Svetlichnaya A.A. Khudozhestvennyy obraz i sredstva ego sozdaniya [Artistic image and means of its creation]. *Molodoy uchyonyy* [Young Scientist], 2020, no. 16 (306), pp. 213-215. (In Russian).
7. Danesi M. *Dictionary of media and communications*. New-York, M.E. Sharpe Publ., 2009, 333 p.
8. Dunn D., Cody M.J. Account credibility and public image: Excuses, justifications, denials, and sexual harassment. *Communication Monographs*, 2000, vol. 67, pp. 372-391.

9. Borisova E.B. O sodержanii ponyatiy 'khudozhestvennyy obraz' i 'obraznost' v literaturovedenii i lingvistike [The content of the concepts of 'artistic image' and 'imagery' in literary criticism and linguistics]. *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta – Bulletin of Chelyabinsk State University*, 2009, no. 35 (172), pp. 20-26. (In Russian).
10. Briggs A., Cobley P. (eds.). *The Media: An Introduction*. Edinburgh, Longman Publ., 1998, 500 p.
11. McLuhan M. *Understanding Media: The Extensions of Man*. New-York, McGraw-Hill Publ., 1964, 359 p.
12. Nuortimo K., Härkönen J., Karvonenc E. Exploring the global media image of solar power. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 2018, vol. 81, pp. 2806-2811. <https://doi.org/10.1016/j.rser.2017.06.086>
13. Dobrosklonskaya T.G. *Medialingvistika: sistemnyy podkhod k izucheniyu yazyka SMI: sovremennaya angliyskaya mediarech'* [Media Linguistics: Systematic Approach to the Study of Media Language: Modern English Media Speech]. Moscow, Flinta, Nauka Publ., 2008, 263 p. (In Russian).
14. Khochunskaya L.V. *Mediaobraz kak dialog tsennostey* [Mediaimage as a Dialogue of Values]. Moscow, RUDN Publ., 2011, 179 p. (In Russian).
15. Kiselyov I.Y. Problema obraza gosudarstva v mezhdunarodnykh otnosheniyakh: konstruktivistskaya paradigma [The problem of the image of the state in international relations: a constructivist paradigm]. *Politicheskaya ekspertiza: POLITEKS – Political Expertise: POLITEX*, 2007, vol. 3, no. 3, pp. 253-260. (In Russian).
16. Galinskaya T.N. Ponyatiye mediaobraza i problema ego rekonstruktsii v sovremennoy lingvistike [The concept of media image and the problem of its reconstruction in modern linguistics]. *Vestnik Orenburgskogo gosudarstvennogo universiteta* [Bulletin of the Orenburg State University], 2013, no. 11 (160), pp. 91-94. (In Russian).

Информация об авторе

Орабийи Джошуа Оладотун Анджолаолува, ассистент кафедры массовых коммуникаций филологического факультета, Российский университет дружбы народов, г. Москва, Российская Федерация, ORCID: [0000-0002-4188-6616](https://orcid.org/0000-0002-4188-6616), orabiyi-d@rudn.ru

Вклад в статью: общая концепция статьи, сбор и анализ материала, обзор источников, написание и оформление текста статьи.

Статья поступила в редакцию 01.02.2022
Одобрена после рецензирования 05.04.2022
Принята к публикации 21.04.2022

Information about the author

Joshua Oladotun Anjolaoluwa Orabiyi, Assistant of the Mass Communications Department of the Philology Faculty, Peoples' Friendship University of Russia, Moscow, Russian Federation, ORCID: [0000-0002-4188-6616](https://orcid.org/0000-0002-4188-6616), orabiyi-d@rudn.ru

Contribution: general concept of the article, collection and analysis of material, sources review, manuscript text drafting and formatting.

The article was submitted 01.02.2022
Approved after reviewing 05.04.2022
Accepted for publication 21.04.2022

Неофилология

Neofilologiya = Neophilology

ISSN 2587-6953 (Print)

<http://journals.tsutmb.ru/neophilology/>

ISSN 2782-5868 (Online)

Перечень ВАК, ПИНЦ, DOAJ, Ulrich's Periodicals Directory, EBSCO, ResearchBib, CrossRef, НЭБ «eLIBRARY.RU», ЭБ «КиберЛенинка»

НАУЧНАЯ СТАТЬЯ

УДК 070

DOI 10.20310/2587-6953-2022-8-2-377-384

Гражданское общество в Йемене в эпоху сетевых коммуникаций и новых медиа: к проблеме гражданского активизма

Абдулрахман Хасан Абдул Рахман БА ХАРОН

ФГАОУ ВО «Воронежский государственный университет»
394000, Российская Федерация, г. Воронеж, Университетская пл., 1
✉ romahssna@gmail.com

Аннотация. Цель исследования – проанализировать специфику функционирования йеменских «новых СМИ», связанных с использованием Интернета и цифровых технологий, уделив особое внимание функционированию гражданской журналистики. Затронуты проблемы изучения арабских онлайн-коммуникаций в контексте региональных и внутригосударственных конфликтов. Рассмотрены материалы, отражающие активность разных групп гражданского общества в современном Йемене. Проанализированы изменения в потреблении медиaproдуктов в ситуации гражданской войны, особенности интернет-коммуникаций и некоторые противоречия медийного дискурса в йеменском секторе Интернета. Опираясь на социокультурный и информационно-культурологический подходы к СМИ, мы отметили причины отставания «новых медиа» и установили факторы, влияющие на характер гражданского активизма. Особенно важным фактором стало воздействие массовой культуры, отражающей закономерности глобализации. Сделаны выводы о причинах отставания национальных СМИ в эпоху «дигитального разрыва», вызванного экономическим кризисом и гражданской войной. Перспективой изучения гражданского активизма в Сети станет анализ влияния «арабской весны» на студенческую аудиторию в Адене.

Ключевые слова: Йемен, гражданское общество, активизм, Интернет, сетевые коммуникации, медийный текст, блоги

Для цитирования: Ба Харон Абдулрахман Хасан Абдул Рахман. Гражданское общество в Йемене в эпоху сетевых коммуникаций и новых медиа: к проблеме гражданского активизма // Неофилология. 2022. Т. 8, № 2. С. 377-384. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2022-8-2-377-384>



Материалы статьи доступны по лицензии [Creative Commons Attribution \(«Атрибуция»\) 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) Всемирная



Civil society in Yemen in the era of network communications and new media: on the civil activism issue

Abdulrahman Hassan Abdulrahman BA HARON

Voronezh State University

1 Universitetskaya Sq., Voronezh 394018, Russian Federation

✉ romahssna@gmail.com

Abstract. The purpose of the study is to analyze the specifics of the Yemen “new media” functioning associated with the use of the Internet and digital technologies, paying special attention to the functioning of citizen journalism. The problems of studying Arabic online communications in the context of regional and intrastate conflicts are touched upon. Materials reflecting the activity of various groups of civil society in modern Yemen are considered. We analyze the changes in the consumption of media products in the context of the civil war, the peculiarities of Internet communications and some contradictions in the media discourse in the Yemen Internet sector. Based on the socio-cultural and information-culturological approaches to the media, we note the reasons for the lag of “new media” and establish the factors that affect the nature of civic activism. A particularly important factor is the impact of mass culture, reflecting the patterns of globalization. We draw conclusions about the reasons for the backlog of the national media in the era of the “digital divide” caused by the economic crisis and the civil war. The prospect of studying civic activism on the Web will be to analyze the impact of the “Arab Spring” on the student audience in Aden.

Keywords: Yemen, civil society, activism, Internet, network communications, media text, blogs

For citation: Ba Haron Abdulrahman Hassan Abdulrahman. Grazhdanskoye obshchestvo v Yemene v epokhu setevykh kommunikatsiy i novykh media: k probleme grazhdanskogo aktivizma [Civil society in Yemen in the era of network communications and new media: on the civil activism issue]. *Neofilologiya – Neophilology*, 2022, vol. 8, no. 2, pp. 377-384. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2022-8-2-377-384> (In Russian, Abstr. in Engl.)



This article is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



ВВЕДЕНИЕ

Данное научное исследование, направленное на понимание условий существования гражданского общества (далее – ГО) и СМИ Йемена, основано на анализе медиакультуры республики Йемен в последние годы, а также на изучении отзывов и мнений пользователей электронной журналистики в арабском мире. Авторы, изучающие проблему ГО, зная сложность её понимания в социологии и политологии, отметили не только культурологическую противоречивость категории ГО, но и неоднозначность её толкования в СМИ [1, с. 46; 2; 3]. Для многих журналистов ГО – это самоочевидная, объективная данность,

хотя в Йемене о ней говорить сложно: много терминологических противоречий, как и в толковании понятия «общественного мнения». Теоретическая противоречивость терминиферы препятствует практическому анализу медийных дискурсов (МД). Однако актуальность темы не вызывает сомнения: несмотря на военные действия, а они длятся уже много лет, несмотря на цензуру и чрезвычайное положение, которое вводится достаточно часто, республика Йемен стремится развивать гражданские инициативы, совершенствовать массовые коммуникации, расширять зону гласности в обществе.

Гражданский активизм, хотя он и связан частично с политической деятельностью, в

Йемене рассматривается, прежде всего, как добровольное участие в неполитических акциях по поддержанию общественного порядка, самоуправления общин, спортивной жизни и экологического равновесия в окружающей среде. Ставя перед собой цель исследования сетевых МД и проявлений гражданской активности в Интернете, нельзя не подчеркнуть трактовку стратегий ГО как проявления верности заветам мусульманского прошлого, что отличает Йемен от Российской Федерации, где религия меньше влияет на ГО, где нет такой суровой цензуры, которая в Йемене обусловлена военной обстановкой и различиями племенных интересов.

Методологической базой работы является социокультурный подход к анализу современных МД, соединяемый нами с элементами информационно-культурологического метода, разрабатываемого в трудах В. Хорольского [4; 5]. Этот подход может стать, на наш взгляд, духовно-антропологическим основанием знания о ГО, использующим гиперлокальные медиа для активизации сознания граждан, что в свою очередь позволит более «генерализованно», по сравнению с другими подходами в гуманитарных науках, судить о развитии и влиянии электронных медиа и интернет-коммуникаций на социальный активизм всей аудитории сетевых СМИ, о становлении самоуправляющихся сообществ. Восприятие активными людьми сетевой информации как руководства к действию изучается нами в контексте революционных преобразований после «арабской весны» 2010-х гг., с учётом совершенствования материально-технической базы арабской журналистики на основе её дигитализации. Интернет характеризуется ниже в координатах проблематики сетевого влияния на социальные группы и особенностей рецепции медийных текстов (МТ), а также в связи с анализом проблем, связанных с массовой психологией, медийной культурой, нравственно-гуманитарной проблематикой в йеменской публицистике.

Мы, вслед за Е.П. Макаровой и другими социологами, понимаем ГО как «внегосударственную сферу» социума, основой которой служат организации и сообщества граждан, подчиняющихся национальным законам, но напрямую, законодательно, не координи-

рующих свою деятельность с органами официальной власти, признающей право личности на свободное мнение, на «отсутствие цензуры» [6, с. 94]. Правовой базой ГО выступает признаваемая в большинстве стран идея относительной независимости индивида от государства, подразумевающая право личности на выбор форм социальной активности, например, в экологическом движении, религии, спорте, туризме, самообразовании, художественной самодеятельности, индивидуальном предпринимательстве, феминистских акциях и т. п. Сегодня опорой ГО стали новые медиа. Различные сегменты ГО по-разному прореагировали на «дигитальную» революцию в СМИ. Характерно, что для лиц среднего и тем более старшего возраста сетевые коммуникации ещё не стали формой привычного общения, что также показали наши анкеты и опросники, собранные во время годичного пребывания в столице Юга страны. В Сане, столице Северного Йемена, робастная статистика пока отсутствует из-за того, что город был захвачен несколько лет тому назад хуситами, которые контролируют его и сегодня.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Как известно, термин «дигитализация» связан с переходом СМИ на «цифровые» (digital) технологии. В теории массмедиа авторы трактуют это понятие как революционное преобразование сигналов, позволяющее резко увеличить скорость обработки данных. Цифровизация в СМИ позволила резко увеличить объём и скорость распространяемых МД, что дало пользователям шанс активнее участвовать в обсуждении государственных проблем. Для молодёжной аудитории телевизор в последние годы оказался менее притягательным, чем Интернет, а старшее поколение, как показал наш опрос в г. Адене в 2020–2021 гг., пока составляет значительную часть потребителей несетевой медиапродукции, о чём мы писали, опираясь на данные нашего опроса йеменцев и существующие данные общественных служб [7, с. 53]. Опора на коммуникационные технологии и программы, наиболее используемые журналистами, а также мобильные телефоны и многообразные дигитальные приложения стали

ядром сетевого активизма людей от 15 до 30 лет, то есть молодёжи, составляющей значимую долю всего населения (до 30 %). Иная картина наблюдается в медиапотреблении людей среднего и старшего возраста. Среднестатистический йеменец в возрасте от 40 до 70 лет проводит перед голубым экраном от 3,5 до 6 часов в день, принимает в основном официальную информацию, которой чаще всего доверяет. С одной стороны, консерватизм, нередко религиозного толка, полезен для стабильности ГО, но, с другой стороны, нередко традиционализм в отношениях людей оборачивается господством стереотипов.

На развитие ГО Йемена влияют в основном четыре фактора: а) гражданская война, которая не затухает уже более 10 лет; б) усугубляющаяся нищета населения, порождённая войной и экономическим кризисом; в) религиозные и межплеменные разногласия, не позволяющие скрепить уже имеющийся юридический союз Севера и Юга страны; г) деградация системы журналистского образования и цензура в СМИ. Аксиомой стало положение: ГО нуждается в свободных СМИ, государству выгодны независимые издания и телеканалы, так как они обеспечивают достоверность информации, плюрализм мнений в обществе и укрепляют демократию, удовлетворяя базовую потребность человека в знании и свободе мнений. Как известно, инфопотребность, одна из универсальных, естественных человеческих потребностей, сегодня в арабских странах сталкивается не только с цензурой, но и с эффектом быстрого насыщения рынка. Появляются новые издания, телеканалы, интернет-СМИ. Иногда стремительный поток МД переходит в неконтролируемое «броуновское движение» МТ, сталкиваясь с переизбытком и банализацией новостных дискурсов. А это ведёт не только к деформации контента, но и к искажению рецепции, деформации эмоциональных реакций потребителей, привыкающих к согласию с официальной точкой зрения, с манипулятивными МТ пропаганды и рекламы, с гедонистической стратегией коммерциализированных массмедиа. Наиболее значимым для понимания обсуждаемых нами вопросов стало ускоряющееся перетекание молодёжных аудиторий из сферы тра-

диционных СМИ в сферу «новых медиа», это обострило борьбу за инвестиции, за рекламодателя. Сегодня в Йемене много сайтов, где проявляется коммуникативная активность потребителей. Вот некоторые из них: Yemen-saeed.com, Ma'rib Press, Al-masdar online.com, Хуна Аден, Almasahhad-alyemeni.com, Al-Tajeer Net, BaraqishNet и др.

В современной сетевой медиасреде финансовую гонку пока выигрывает сайт BaraqishNet, ориентирующийся на стандарты общества потребления, на передачу скандальных и развлекательных новостей. Его главный редактор Мустафа Абдулла, директор Мохамад Нагиб, а также коллектив (Маджд Аль-Джунаид, Абдулла Абдул Хаким и др.) активно сотрудничают с потребителями, которые часто выступают и в качестве создателей контента, особенно визуального. Видеоролики стали частью регулярной деятельности актива сайта, хотя аудитория разбросана по разным городам, в которых зачастую вспыхивают боестолкновения, она даёт хороший пример гражданского активизма. Сайт Йеменской футбольной ассоциации, как и другие спортивные сайты, имеет стабильную прибыль от рекламы и тотализатора. Спорт был всегда привлекателен как для молодых, так и для взрослых телезрителей и пользователей Сети. Спортивные кружки стали нормой жизни, что отразилось в сетевых СМИ: увеличилось число форумов и площадок для обсуждения спортивных событий. Всплеск новых сайтов и блогов был зафиксирован в начале 2022 г. в связи с Олимпиадой в Пекине.

Сайт «Подайте свой голос», защищающий идеи эмансипации женщин, часто становится площадкой для публичных дискуссий и обсуждения таких острых вопросов, как право женщины на развод, её имущественная самостоятельность, удовлетворённость браком и т. п. Активно в сетевом активизме проявили себя интеллигенты, связанные с искусством, журналистикой (Али Аль-Мукр, Заид Мута Замей, Надя Алькоукбани и др.). Работая в традиционных СМИ, в частности, в журналах «Ас-Сафа аль-Джадида» («Новая культура»), «Аль-Фунун» («Женщина») и т. п., деятели культуры улучшают качество контента в онлайн СМИ, поднимают культурную планку массовых коммуникаций

в целом, публикуя в Сети свои произведения, участвуя в форумах, помещая фото библиотек и театров. Продвигая свой «товар», авторы часто становятся инициаторами социальных проектов, таких, как защита осуждённых работников культуры и массмедиа, организация протестов против бомбардировок Йемена Саудовской Аравией и т. п.

Газета на английском языке *Yemen Observer* сегодня имеет малопопулярную в Адене веб-версию, которая стала трибуной сепаратистов. Газету в 1996 г. основал Фарис Санабаби, в те годы пресс-секретарь бывшего президента Йемена Али Салеха. Ему помогли редактор Абдель-Азиз Уда, обозреватели Фейсал Дарем, Мохаммед Аль-Асади и др. Мохаммед Аль-Асади, попавший в тюрьму в 2007 г., после освобождения основал сетевой портал *Yemen Mirror*, который стал трибуной оппозиционных по отношению к хуситской власти сил. В его редакции работает Валид Аль-Ваад, один из гражданских активистов, кто также пострадал из-за цензуры в годы, когда хуситы оккупировали Сану и другие города.

И снова возникает парадокс. Молодые бунтари, как правило, демонстрирующие вечное несогласие со старшим поколением, по статистике старой власти, чаще соглашались с мнением различных авторитетов, чем люди зрелого возраста. Например, западная научно-исследовательская лаборатория *Citizen Lab* из Университета Торонто, изучающая влияние Сети на общественные группы (страты), в Йемене именно в молодёжной среде считается очень уважаемым институтом общественного мнения, защитившим в 2018 г. преследуемых арабских журналистов¹. Сообщая о цензуре и давлении на активистов гражданской журналистики, осуществляемом провайдером *YemenNet*, организация *Citizen Lab* способствовала развитию арабского ГО, но в то же время, на наш взгляд, нельзя игнорировать национальную специфику медийного общения на Ближнем Востоке, что наблюдается в материалах этой организации. Нельзя отбрасывать традиции патриархального племенного

общества, когда обсуждаются реформы или межплеменные конфликты.

Противоречивость контактов с Западом ещё и в том, что в арабском мире более ощутимы разногласия этно-религиозного плана, что делает общение в йеменской культуре не таким свободным, как в Европе и США. Арабские телеканалы, популярные в Йемене, например, «Аль-Джазира», «Аль-Арабия», «Эм-би-си» и т. п., имеют высокий рейтинг и воздействуют на ГО Йемена в наши дни. Радио и телевидение в Йемене дают возможность различным партиям и религиозным объединениям агитировать ГО в свою пользу.

Средства массовой информации в Йемене не находятся под влиянием Министерства информации и подчиняются его правилам, но есть такие каналы, как канал Сухайль, принадлежащий Хамиду аль-Ахмару, они не находятся на территории страны и смело критикуют власть. Постоянная слабость интернет-услуг в Йемене привела к финансовым потерям в секторах, которые зависят от услуг, таких как банки, компании по обмену денег, телекоммуникационные компании и коммерческие компании, которые превышают 100 миллиардов йеменских риалов (доллар равен 570 риалам в Сане и 640 риалам в Адене), по мнению йеменских экономистов.

Интенсивные воздушные бомбардировки хуситов, поддерживаемых Ираном, не смогли подорвать боевой дух граждан Йемена, коалиция во главе с Саудовской Аравией решила развернуть экспедиционную армию и изгнать хуситов из Йемена. После ожесточённых уличных боев, длившихся несколько недель, хуситы покинули Аден, центральный город юга страны, несколько районов прибрежного региона были освобождены. Однако продвижение союзных вооружённых сил (войск сторонников аль-Хади и экспедиционной армии союзников) оказалось дорогостоящим и медленным. Народная поддержка Президента аль-Хади не распространяется за пределы южного Йемена, а население центральных и северных районов Йемена было нейтрализовано в результате неизбежных воздушных бомбардировок. Снова и снова история показывает, что кампания по борьбе с повстанцами без надлежащей поддержки со стороны местного населения не приводит к окончательной победе. Ислам-

¹ McKune S. Citizen Lab Open Letter in Advance of the Equal Rights Coalition Global Conference. Vancouver, British Columbia, Canada, 2018. URL: <https://citizenlab.ca/author/smckune/> (accessed: 20.12.2021).

ское государство недавно активизировало свои усилия по созданию анклавов в прибрежных районах страны. Гражданское население вновь выступает в качестве самого большого проигравшего в конфликте. К десяткам тысяч погибших следует добавить ещё миллионы, страдающих от эпидемий и голода; показательно, что 90 % продовольствия в беднейшей стране арабского мира импортируется. Войну можно охарактеризовать как тупиковую ситуацию: хуситы не могут вытеснить аль-Хади с юга, а аль-Хади и коалиция, возглавляемая Саудовской Аравией, не могут изгнать хуситов из Саны. «Аль-Каида» и «Исламское государство» заслуживают звания крупнейших победителей в войне на сегодняшний день. Создание анклавов джихадистов в Йемене угрожает подорвать поток международной морской торговли через Аденский пролив и ещё больше дестабилизировать богатую нефтью Саудовскую Аравию.

В этих условиях сетевой активизм сливается с деятельностью сил сопротивления экстремистам и сепаратистам. Находящееся в изгнании правительство Хади поддерживается партиями, профсоюзными организациями, религиозными сообществами, группами феминисток и студенческими организациями. Активисты ГО на стороне законной власти. Но разрыв отношений между племенами и регионами, который стал результатом конфликта Севера и Юга страны, повлёк за собой конфликтное и нетолерантное поведение в Сети, часто основанное на фейках. Язык вражды и нетерпимости стал основой массовых интернет-коммуникаций в последние годы.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Рассмотрение событий и тенденций, обусловивших эволюцию новых медиа, позволило сделать ряд выводов, важных для понимания ситуации в Йемене.

1. Опрос и анкетирование, беседы со студентами и журналистами, имеющими отношение к рассмотренной проблеме, показыва-

ли, что немолодые жители Адена, как и большинство йеменцев, предпочитают сегодня ТВ как основной канал информирования о событиях, на втором месте идёт радио, потом печать, и на последнем месте по количеству потребителей идёт Интернет. Однако тенденция резкого увеличения числа потребителей сетевого продукта очевидна: перетекание молодёжной аудитории в Сеть стало доминантой социальной в 2015–2022 гг. ГО опирается на Сеть как на инструмент давления на власть.

2. Массовая культура прививает ГО стандарты гедонистического медиапотребления, так как развлечение приносит прибыль. Но есть явные издержки такого подхода к электронным СМИ: у потребителя появляется нелюбовь к серьёзному размышлению, тем более нет участия в сотворчестве. Противоречие усиливается, когда сопоставляем обычный «бумажный» МТ с сетевым МТ. То, что арабская молодёжь в 2011 г. показала возможности сетевых коммуникаций и революционное значение Интернета.

3. Контент-анализ анкет показал, что наиболее популярные телепередачи и топики в Сети – это новости о гражданских и этноконфессиональных конфликтах в стране. Однако ТВ чаще транслирует официальные мнения о происходящем, что показывает нежелание властей признать частичную правоту хуситов, выступающих против коррупции и племенных вождей. Нарушая закон, хуситы предлагают гражданам поддержать антиамериканскую политику Ирана.

4. Гражданский активизм, стимулируемый общением в Сети, сегодня проявляется в природоохранных мероприятиях, направленных на ликвидацию последствий бомбардировок и боестолкновений. Огромную положительную роль в этом виде коллективного действия играют студенты, интеллигенция, особенно деятели культуры. Популярные блоги концентрируют в своих сообщениях энергию созидания, противостоящую энергии гражданской войны.

Список источников

1. *Авад Ахмед Мохамед*. Особенности развития СМИ арабских стран в условиях глобализации на рубеже XX–XXI вв.: дис. ... канд. филол. наук. М., 2003. 136 с.

2. Ба Харон Абдулрахман, Хорольский В.В. Йеменский сектор Интернета о политических событиях в стране (2017–2019 гг.) // Журналистика в 2019 году: творчество, профессия, индустрия: сб. материалов Междунар. науч.-практ. конф. М.: МГУ, 2020. С. 535–536.
3. Хорольский В.В. Теория журналистики как часть теории массовых медийных коммуникаций // Информационное образование и профессионально-коммуникативные технологии XXI века: материалы Междунар. науч.-практ. конф. Одесса, 2008. С. 110–113.
4. Хорольский В.В. Особенности событийных PR-технологий в пространстве постмодернистских коммуникаций // Информационное образование и профессионально-коммуникативные технологии XXI века: сб. материалов 8 Междунар. науч.-практ. конф. / под общ. ред. В.Г. Спринсяна. Одесса: ФОП Гаража, 2015. С. 258–261.
5. Хорольский В.В. Медийность текстов в средствах массовой коммуникации. Воронеж: Изд-во ВГУ, 2016.
6. Макарова Е.П. Анализ сущности и признаков гражданского общества: теоретический аспект // Власть и управление на Востоке России. 2019. № 2 (87). С. 93–99. <https://doi.org/10.22394/1818-4049-2019-87-2-93-99>
7. Ба Харон Абдулрахман Хассан Абдулрахман. Журналистика Йемена вчера и сегодня: к проблеме новых медиа на арабском Востоке // Журналистика развивающихся стран: переходный этап эволюции. Воронеж: ВГУ, 2019. С. 52–65.

References

1. Avad Akhmed Mokhamed. *Osobennosti razvitiya SMI arabskikh stran v usloviyakh globalizatsii na rubezhe XX–XXI vv.: dis. ... kand. filol. nauk* [Peculiarities of the Development of the Arab Media in the Context of Globalization at the Turn of the 20th–21st Centuries. Cand. philol. sci. diss.]. Moscow, 2003, 136 p. (In Russian).
2. Ba Kharon Abdulrahman, Khorolskiy V.V. Yemenskiy sektor Interneta o politicheskikh sobyitiyakh v strane (2017–2019 gg.) [Yemen sector of the Internet about political developments in the country (2017–2019)]. *Sbornik materialov Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii «Zhurnalistsika v 2019 godu: tvorchestvo, professiya, industriya»* [Collection of Materials of the International Scientific and Practical Conference “Journalism in 2019: Creativity, Profession, Industry”]. Moscow, MSU Publ., 2020, pp. 535–536. (In Russian).
3. Khorolskiy V.V. Teoriya zhurnalistiki kak chast’ teorii massovykh mediynykh kommunikatsiy [Theory of journalism as part of the theory of mass media communications]. *Materialy Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii «Informatsionnoye obrazovaniye i professional’no-kommunikativnyye tekhnologii XXI veka»* [Proceedings of the International Scientific and Practical Conference “Informational Education and Professional Communicative Technologies Of 21st Centuries”]. Odessa, 2008, pp. 110–113. (In Russian).
4. Khorolskiy V.V. Osobennosti sobytiynykh PR-tekhnologiy v prostranstve postmodernistskikh kommunikatsiy [Features of event PR technologies in the space of postmodern communications]. *Sbornik materialov 8 Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii «Informatsionnoye obrazovaniye i professional’no-kommunikativnyye tekhnologii XXI veka»* [Collection of Materials of the 8th International Scientific and Practical Conference “Informational Education and Professional Communicative Technologies of 21st Centuries”]. Odessa, Sole Proprietor Garazha Publ., 2015, pp. 258–261. (In Russian).
5. Khorolskiy V.V. *Mediynost’ tekstov v sredstvakh massovoy kommunikatsii* [Media Texts in Mass Media]. Voronezh, VSU Publ., 2016. (In Russian).
6. Makarova E.P. Analiz sushchnosti i priznakov grazhdanskogo obshchestva: teoreticheskiy aspekt [Analysis of the nature and characteristics of the civil society: theoretical aspect]. *Vlast’ i upravleniye na Vostoke Rossii – Power and Administration in the East of Russia*, 2019, no. 2 (87), pp. 93–99. <https://doi.org/10.22394/1818-4049-2019-87-2-93-99> (In Russian).
7. Ba Kharon Abdulrahman Khassan Abdulrahman. Zhurnalistsika Yyemena vchera i segodnya: k probleme novykh media na arabskom Vostoke [Journalism in Yemen yesterday and today: to the problem of new media in the Arab East]. *Zhurnalistsika razvivayushchikhsya stran: perekhodnyy etap evolyutsii* [Journalism in Developing Countries: A Transitional Stage of Evolution]. Voronezh, VSU Publ., 2019, pp. 52–65. (In Russian).

Информация об авторе

Ба Харон Абдулрахман Хасан Абдул Рахман, аспирант, кафедра журналистики и литературы, Воронежский государственный университет, г. Воронеж, Российская Федерация, ORCID: [0000-0003-3372-6126](https://orcid.org/0000-0003-3372-6126), romahssna@gmail.com

Вклад в статью: идея исследования, поиск медийных текстов, изучение блогов, анализ источников информации и сетевых коммуникаций, написание текста статьи.

Статья поступила в редакцию 12.01.2022
Одобрена после рецензирования 03.03.2022
Принята к публикации 24.03.2022

Information about the author

Abdulrahman Hassan Abdulrahman Ba Haron, Post-Graduate Student, Journalism and Literature Department, Voronezh State University, Voronezh, Russian Federation, ORCID: [0000-0003-3372-6126](https://orcid.org/0000-0003-3372-6126), romahssna@gmail.com

Contribution: study idea, media texts search, blogs studying, information sources and network communications analysis, manuscript text drafting.

The article was submitted 12.01.2022
Approved after reviewing 03.03.2022
Accepted for publication 24.03.2022

ТЕОРИЯ И ИСТОРИЯ КУЛЬТУРЫ THEORY AND HISTORY OF CULTURE

НАУЧНАЯ СТАТЬЯ

УДК 82(091)

DOI 10.20310/2587-6953-2022-8-2-385-392

Духовный путь Фёдора Михайловича Достоевского

Митрополит Тамбовский и Рассказовский ФЕОДОСИЙ (Сергей Иванович Васнев)

Религиозная организация – духовная образовательная организация высшего образования
«Тамбовская духовная семинария Тамбовской епархии Русской православной церкви»

392000, Российская Федерация, г. Тамбов, ул. М. Горького, 3

✉ admin@eparhia-tmb.ru

Аннотация. Представлен аналитический обзор основных вех духовного развития личности великого писателя Ф.М. Достоевского с позиций православного вероучения и нравственности. Актуальность исследования обусловлена высоким интересом к его жизни и творчеству у каждого поколения читателей и наличием глубинной связи его духовных исканий с нравственными проблемами, волнующими наших современников. Используя биографический, культурно-исторический и историко-функциональный методы исследования, выстроена трёхчастная модель духовного возрастания Ф.М. Достоевского, стержневым образом в которой является личность Иисуса Христа. Рассмотрены особенности восприятия писателем православного вероучения на каждом этапе его жизненного пути. В завершение работы сделан вывод о высоком миссионерском и педагогическом потенциале, содержащемся как в художественных произведениях, так и в фактах биографии классика русской литературы, приведены примеры нравственного воздействия его жизни и творчества на судьбы конкретных людей. Материалы исследования могут быть использованы в преподавании русской литературы, основ православной культуры и других дисциплин в курсе средней образовательной школы, а также средних специальных и высших учебных заведений.

Ключевые слова: Ф.М. Достоевский, Православие, Христос, нравственность, духовный путь

Для цитирования: Феодосий (Сергей Иванович Васнев), митрополит Тамбовский и Рассказовский. Духовный путь Фёдора Михайловича Достоевского // Неофилология. 2022. Т. 8, № 2. С. 385-392. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2022-8-2-385-392>



Материалы статьи доступны по лицензии [Creative Commons Attribution \(«Атрибуция»\) 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) Всемирная



The spiritual path of Fyodor Dostoevsky

Metropolitan of Tambov and Rasskazovo THEODOSIUS (Sergey Ivanovich Vasnev)

Tambov Seminary of Tambov Eparchy of the Russian Orthodox Church

3 M. Gorkiy St., Tambov 392000, Russian Federation

✉ admin@eparhia-tmb.ru

Abstract. The analytical review of the main milestones in spiritual development of the great writer F.M. Dostoevsky's personality from the standpoint of Orthodox dogma and morality is presented. The relevance of the research is determined by high interest in his life and work among each generation of readers and the presence of a deep connection between his spiritual quest and moral problems that concern our contemporaries. Using biographical, cultural-historical and historical-functional research methods, a three-part model of the spiritual growth of F.M. Dostoevsky is constructed, the core image of which is the figure of Jesus Christ. The features of the writer's perception of the Orthodox dogma at each stage of his life's journey are studied. At the end of the work, a conclusion is made about high missionary and pedagogical potential contained both in works of art and in the biography of Russian literature classic, examples of the moral impact of his life and work on the fate of specific people are given. The research materials can be used in teaching Russian Literature, Basics of Orthodox Culture and other disciplines in the course of a secondary education, as well as specialized secondary and higher education.

Keywords: F.M. Dostoevsky, Orthodoxy, Christ, morality, spiritual path

For citation: Theodosius (Sergey Ivanovich Vasnev), mitropolit Tambovskiy i Rasskazovskiy. Dukhovnyy put' Fyedora Mikhaylovicha Dostoyevskogo [The spiritual path of Fyodor Dostoevsky]. *Neofilologiya – Neophilology*, 2022, vol. 8, no. 2, pp. 385-392. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2022-8-2-385-392> (In Russian, Abstr. in Engl.)



This article is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



ВВЕДЕНИЕ

В 2021 г. исполнилось 200 лет со дня рождения и 140 лет со дня смерти великого русского писателя Фёдора Михайловича Достоевского. Он прожил напряжённую, наполненную испытаниями жизнь, всегда искал Бога, мыслью о Котором заполнял весь свой ум¹. Философ В. Соловьёв писал, что духовный мир Достоевского «представлял слишком великое разнообразие чувств, мыслей и порывов» [1, с. 302]. Сам Достоевский

¹ Достоевский Ф.М. Полное собрание сочинений: в 30 т. Т. 28, кн. 1. Письма, 1832–1859. Л.: Наука, 1985. С. 175-177.

говорил, что его вера «прошла через большое горнило сомнений...»².

Нравственное состояние современного общества, поражённого прагматизмом, эгоцентризмом и агностицизмом, вызывает обострённую тревогу. Духовный опыт великого писателя, прошедшего непростой путь исканий и обретения веры, обладает большим миссионерским и педагогическим потенциалом и востребован в настоящее время.

Цель настоящей статьи – выявить основные вехи духовного пути Ф.М. Достоевского и особенности формирования его религиозно-философских взглядов в аспекте православного христианского вероучения.

² Достоевский Ф.М. Полное собрание сочинений: в 30 т. Т. 27. Публицистика и письма. Дневник писателя 1881. Л.: Наука, 1984. С. 86.

В работе применены классические филологические методы научного исследования (биографический и культурно-исторический) в сочетании с историко-функциональным методом, что позволяет раскрыть особенности восприятия и интерпретации художественного творчества и взглядов классика русской литературы в обширном социокультурном дискурсе.

ВОСПИТАННЫЙ НА ВЫСОКОМ ИДЕАЛЕ ХРИСТА

Фёдор Михайлович с младенческих лет был окружён любовью своих родителей³, которые первостепенное внимание уделяли его образованию и воспитанию. Стараниями матери он изучил Священное Писание и русскую историю. «Мы в семействе нашем знали Евангелие чуть не с первого детства. Мне было всего лишь десять лет, когда я уже знал почти все главные эпизоды русской истории из Карамзина»⁴. Родителям он обязан тем, что «получил доступ ко всем сферам духовного опыта» [2, с. 207].

В детстве Достоевский часто посещал храм с матерью. В его памяти особо запечатлелось, как во время одного из богослужений голубь «пролетел через церковь из одного окна в другое»⁵. Он всегда помнил молитву, которую вместе с няней читал «на сон грядущий»: «Все упование мое на Тя возлагаю, Мати Божия, сохрани мя под кровом Твоим»⁶. Будучи уже взрослым, с этой молитвой он обращался к Пресвятой Богородице. В дневнике Достоевский рассказал об одном событии 1832 г., когда в имении родителей сгорели дома крестьян⁷. Отец пообещал свою последнюю рубаху «поделить с крестьяна-

ми»⁸, а мать раздала каждой пострадавшей семье по 50 рублей. С детства родители приучали Фёдора Михайловича доброжелательно относиться к простым людям. Он вспоминал, что, когда был маленьким мальчиком, ему показалось, что за ним гонится волк, и он очень сильно испугался. Ребёнка успокоил крестьянин Марей, приговаривавший: «Ну, полно же, ну, Христос с тобой, окстись»⁹. Добрая атмосфера, царившая в семье Достоевских, деревенский быт, окружавший писателя в детстве, сформировали в нём такие качества, как любовь к Богу, Отечеству и народу, способность к самопожертвованию.

После окончания Главного инженерного училища в Санкт-Петербурге Достоевский, делавший первые шаги на литературном поприще, познакомился с критиком Виссарионом Белинским, активно продвигавшим революционные социалистические идеи. И только религиозно-нравственное воспитание и усвоенные в детстве идеалы христианства способствовали тому, что Фёдор Михайлович не стал сторонником взглядов В.Г. Белинского. Достоевский вспоминал, как Белинский, в пылу своей эмоциональной критики православной веры и отрицания учения Христа, буквально «набросился» на него, издавая «яростные восклицания»¹⁰. Категорическое неприятие Белинским Спасителя привело к прекращению общения Достоевского с критиком. Этот разрыв позволил Фёдору Михайловичу понять, что социалистическая идея, эволюционируя, неизбежно придёт к отрицанию не только христианской религии, но и Божественной Личности «самого Христа»¹¹.

О своей любви ко Христу, с годами становившейся всё сильнее, свидетельствовал сам писатель, который видел в Спасителе совершенную Личность, «идеального человека, человека в высшем значении этого сло-

³ Достоевский Ф.М. Полное собрание сочинений: в 30 т. Т. 21. Дневник писателя, 1873. Л.: Наука, 1980. С. 134.

⁴ Там же.

⁵ Ковалевская С.В. Знакомство с Достоевским. URL: <http://dostoevskiy-lit.ru/dostoevskiy/bio/kovalevskaya-znakomstvo-s-dostoevskim.htm> (дата обращения: 27.04.2021).

⁶ Православный молитвослов и псалтирь. М.: Изд-во Моск. Патриархии, 1980. С. 20.

⁷ Достоевский Ф.М. Полное собрание сочинений: в 30 т. Т. 22. Дневник писателя за 1876 год, январь–апрель. Л.: Наука, 1981. С. 112.

⁸ Достоевский А.М. Воспоминания. СПб.: Андреев и сыновья, 1992. С. 64.

⁹ Достоевский Ф.М. Полное собрание сочинений: в 30 т. Т. 22. Дневник писателя за 1876 год, январь–апрель. С. 48.

¹⁰ Достоевский Ф.М. Полное собрание сочинений: в 30 т. Т. 21. Дневник писателя, 1873. С. 11.

¹¹ Там же. С. 10.

ва¹². Философ Владимир Соловьёв считал, что Христос для Достоевского не был «только фактом прошедшего, далеким и непостижимым чудом» [1, с. 302]. Евангельское нравственное учение глубоко укоренилось в его душе и удерживало от ошибок и соблазнов. Осознавая свою принадлежность к Православию, Достоевский не сразу стал соотносить себя с Церковью. Как считал Н.О. Лосский, «возврат его к Церкви был в 1847 г. присоединением главным образом ко Христу как к Богочеловеку, а не к Русской православной церкви. Любовь к русскому Православию и к Церкви появилась у него впоследствии и развивалась медленно» [3]. В этот период Достоевский поддерживал добрые отношения с доктором С.Д. Яновским, который был человеком верующим. Они вместе посещали храм и причащались Святых Христовых Таин в 1847 и в 1849 гг. По свидетельству Яновского, Достоевский «делал это не для формы» [3].

ТРАГИЧЕСКОЕ ЗАБЛУЖДЕНИЕ: «ПРЕСТУПЛЕНИЕ И НАКАЗАНИЕ» В ЖИЗНИ ПИСАТЕЛЯ

Следует сказать, что творческая натура писателя постоянно находилась в поиске, и поэтому в ней какое-то время соседствовали одновременно и нормы православной веры, проповедующей главную заповедь Христа о любви к Богу и ближним, и социалистическая идея, не только допускавшая радикальные антиобщественные действия, но всячески пропагандирующая экстремизм, терроризм и даже свержение законной государственной власти.

В 1847 г. Фёдор Михайлович сблизился с «петрашевцами». На одном из собраний этого революционного кружка он зачитал запрещённое письмо «неистового Виссариона» писателю Н.В. Гоголю, где Белинский оскорбительно высказывался о религиозности русского народа и негативно отзывался о православном духовенстве. Факт оглашения Ф.М. Достоевским указанного письма стал одной из причин его ареста и заключения в тюрьму в 1849 г. Обращает на себя внимание

то, что, будучи в изоляции, писатель находил утешение в чтении духовной литературы – «Житий святых» и Библии, которую попросил брата прислать ему. Библия воскресила в его памяти детские начальные знания Священного Писания. По собственному признанию Фёдора Михайловича, «Книга книг» помогла ему духовно обновиться.

В результате расследования дела «петрашевцев» Достоевского приговорили к расстрелу. Осуждённым на казнь было предложено исповедоваться, но он от исповеди отказался и только приложился ко кресту. Впоследствии Фёдор Михайлович писал, что согласие на исповедь означало бы для него признание своей вины, которой он за собой не ощущал¹³. Стоя на эшафоте, осуждённые пережили несколько «страшных минут ожидания смерти»¹⁴, – вспоминал писатель. «Вся жизнь пронеслась в... уме, как в калейдоскопе, быстро, как молния, и картинно»¹⁵. В последний момент перед исполнением приговора на Семёновском плацу Петропавловской крепости в Санкт-Петербурге расстрел заменили ссылкой в Сибирь. Жизненный путь, которым шёл Достоевский, восходя на свою личную Голгофу, был тернистым и трудным. Впоследствии Фёдор Михайлович говорил, что тогда его не смогли сломить ни «годы ссылки», ни «страдания»¹⁶. В значительной степени перенести тяготы ссылки ему помогли уроки милосердия, доброты, веры, любви, полученные в детстве. На каторге с Достоевским произошла внутренняя перемена, определившая «все его дальнейшие духовные искания», – писал В.В. Зеньковский [4, с. 223-224]. Процесс «перерождения» писателя произошёл «постепенно и после очень долгого времени»¹⁷.

В 1850 г. в остроге Тобольска жены декабристов – А.Г. Муравьёва, П.Е. Анненкова и Н.Д. Фонвизина – подарили Достоевскому

¹³ Достоевский Ф.М. Полное собрание сочинений: в 30 т. Т. 21. Дневник писателя, 1873. С. 133-134.

¹⁴ Там же. С. 133.

¹⁵ Цит. по: Лосский Н.О. Достоевский и его христианское миропонимание. URL: <http://dostoevskiy-lit.ru/dostoevskiy/bio/losskij-hristianskoe-miroponimanie/1-glava-vtoraya-religioznaya-zhizn.htm> (дата обращения: 27.04.2021).

¹⁶ Достоевский Ф.М. Полное собрание сочинений: в 30 т. Т. 21. Дневник писателя, 1873. С. 133.

¹⁷ Там же. С. 134.

¹² Кассиан (Безобразов), еп. Лекции по Новому Завету. Евангелие от Иоанна. Paris: Presses Saint-Serge – Institut de Theologie Orthodoxe, 2006. С. 325.

Евангелие – книгу, разрешённую для чтения. Он вспоминал: «Четыре года пролежала она под моей подушкой на каторге. Я читал её, иногда и читал другим. По ней выучил читать одного каторжного»¹⁸. С Натальей Дмитриевной Фонвизиной у Достоевского завязалась переписка. В 1854 г. он писал ей, что нужно «верить, что нет ничего прекраснее, глубже, симпатичнее, разумнее, мужественнее и совершеннее Христа, и не только нет, но с ревнивою любовью говорю себе, что и не может быть. Мало того, если б кто мне доказал, что Христос вне истины, и действительно было бы, что истина вне Христа, то мне лучше хотелось бы оставаться со Христом, нежели с истиной»¹⁹. Данное письмо писателя свидетельствует о его искренних религиозных чувствах и любви к Спасителю. «Чудесная и прекрасная Личность Христа – единственное, чему Достоевский поклоняется безоговорочно. Она для него – единое на потребу; Она – полнота и реальность всего самого возвышенного; Она – сладость его жизни», – свидетельствовал сербский преподобный Иустин (Попович) [5, с. 16].

О религиозных убеждениях Фёдора Михайловича во время ссылки и о его отношении к Православной Церкви барон А.Е. Врангель вспоминал, что «он был скорее набожен, но в церковь ходил редко... Говорил о Христе с восторгом»²⁰. Н.О. Лосский также отмечал, что в храм Фёдор Михайлович, «по-видимому, до 1871 года ходил не часто» [3].

Известен случай, показавший религиозную настроенность писателя и произошедший с ним во время ссылки в городе Семипалатинске, куда к нему приехал давний, атеистически настроенный друг. Во время одной из бесед на религиозную тему Достоевский воскликнул: «Есть Бог, есть!» Как только писатель сказал это, у него начался приступ, а в храме неподалёку стали звонить к пасхальной утрени. «И я почувствовал, – вспоминал он, – что небо сошло на землю и поглотило меня. Я реально постиг Бога и

проникнулся им. Да, есть Бог! – закричал я, – и больше ничего не помню»²¹.

Автобиографические события, связанные с трагическим заблуждением и раскаянием, явились идейной основой знаменитого романа Ф.М. Достоевского «Преступление и наказание». Понятие «преступление» в контексте жизни и творчества писателя следует понимать не просто как противоправное деяние, а как нарушение нравственной нормы, которая удаляет человека от людей и от Бога. Такое острое ощущение отчуждённости переживает Раскольников, совершивший убийство под влиянием охватившей его ложной идеи.

ВОЗВРАЩЕНИЕ К ПРАВОСЛАВИЮ КАК ИТОГ ДУХОВНОГО ПУТИ

Разочаровавшись в насильственном, революционном способе преобразования общества, Достоевский пришёл к осознанному восприятию с детства известной ему истины, что только любовью Христовой можно преодолеть все разделения между богатыми и бедными, помещиками и крестьянами. Преподобный Иустин (Попович) отмечал, что Фёдор Михайлович именно во Христе видел решение «не только всех личных, но и общественных проблем» [5, с. 18]. Благодаря воспитанию Достоевский смог победить в себе неприязнь и сохранить уважение к простому народу. Это дало повод философу В. Соловьёву написать о победе, одержанной им над самим собой: «Вместо злобы неудачного революционера Достоевский вынес из каторги светлый взгляд нравственно возрождённого человека» [1, с. 298].

В 60-е гг. XIX века у Достоевского начинается переосмысление взглядов на Православие, в котором, по его мнению, русский народ может обрести надёжную опору и великое будущее. В это время понятия «народ» и «Православие» для него приобретают новое звучание: они трансформируются в его сознании и становятся практически неотделимыми друг от друга. В своём дневнике Фёдор Михайлович выражал надежду на просветительскую миссию русского народа и Православия в секулярном, глобализирую-

¹⁸ Достоевский Ф.М. Полное собрание сочинений: в 30 т. Т. 21. Дневник писателя, 1873. С. 134.

¹⁹ Достоевский Ф.М. Полное собрание сочинений: в 30 т. Т. 28, кн. 1. Письма, 1832–1859. С. 176.

²⁰ Врангель А.Е. Воспоминания о Ф.М. Достоевском в Сибири 1954–1956 гг. СПб.: Тип. А.С. Суворина, 1912. С. 52.

²¹ Цит. по: Ковалевская С.В. Знакомство с Достоевским.

щемся мире, отступившем от духовных основ бытия и христианских ценностей. Писатель спрашивал: «Не заключается ли всё, всё, чего ищет он, в православии? Не в нём ли одном и правда, и спасение народа русского, а в будущих веках и для всего человечества? Не в православии ли одном сохранился божественный лик Христа во всей чистоте? – и отвечал: – И может быть, главнейшее предызбранное назначение народа русского в судьбах всего человечества и состоит лишь в том, чтоб сохранить у себя этот божественный образ Христа во всей чистоте, а когда придёт время, явить этот образ миру, потерявшему пути свои!»²².

Пересмотрев отношение к Православию, Достоевский стал внимательнее относиться к своему внутреннему духовному состоянию. Даже сибирскую ссылку он начал воспринимать как важную веху своей религиозной жизни. Вот какое свидетельство о Достоевском оставил Яновский, которому писатель говорил: «Да, батенька, всё пережилось и всё радостно окончилось, а отчего? от того, что вера была сильна, несокрушима; покаяние глубокое, искреннее, ну и надежда во всё время меня не оставляла» (цит. по: [3]). О Боге и бессмертии души Достоевский писал: «Представьте себе, что нет Бога и бессмертия души (бессмертие души и Бог – всё одно, одна и та же идея). Скажите, для чего мне надо делать добро, если я умру на земле совсем? Без бессмертия-то ведь всё дело в том, чтоб только достигнуть мой срок, и там всё хоть гори»²³. Писатель понимал, что человек изгоняет Бога из своей жизни лишь только для того, чтобы безнаказанно совершать преступления, ведь «если Бога нет, то всё позволено»²⁴.

Существенную роль в духовном возрастании Достоевского сыграла вторая жена писателя Анна Григорьевна. Она была глубоко верующей женщиной, регулярно посещавшей богослужения. Достоевский стал ходить в храм Божий вместе с ней. Супруга, как

могла, старалась содействовать его воцерковлению. В 1878 г. у них умер сын Алексей. Переживая эту тяжёлую утрату, Фёдор Михайлович нашёл успокоение в православной вере. В июне 1878 г. состоялось его паломничество в Оптину пустынь, где состоялась его беседа с преподобным Амвросием, имевшая для него большое значение. Анна Григорьевна вспоминала, что в результате этой поездки писатель стал «как бы умиротворённый и значительно успокоившийся. <...> С тогдашним знаменитым старцем отцом Амвросием Фёдор Михайлович виделся три раза... Из рассказов Фёдора Михайловича видно было, каким глубоким сердцеvedом и провидцем был этот всеми уважаемый старец»²⁵. Преподобный Амвросий «постиг сущность смилившейся души писателя и отозвался о нём: «Это – кающийся» (цит. по: [6]). В отзыве оптинского подвижника содержится очень точная оценка духовного состояния Достоевского. Покаянное настроение – это, пожалуй, самое главное в духовном делании каждого человека, ибо оно означает не только признание им своих греховных привязанностей и страстей, но и решимость всемерно бороться с ними, изменяя свой духовный мир. «Греческое слово μετάνοια, переводимое как «покаяние», буквально означает «изменение ума», «изменение образа мысли», а в более широком плане – изменение образа жизни, обращение от зла к добру» [7, с. 652]. Свидетельство «старца Амвросия о Достоевском можно... назвать онтологической оценкой («постиг сущность») и высшей духовной «похвалой», когда-либо изречённой о писателе» [6].

В 1881 г., чувствуя приближение кончины, Достоевский попросил пригласить к нему священника и долго исповедовался, после чего причастился Святых Христовых Таин. Когда супруга и дети поздравили его с Причастием, он перекрестил их и попросил сохранять единение между собой, уважительно и с любовью относиться друг к другу. Через несколько часов великий писатель скончался. «Он отошёл ко Господу удивительно спокойно и просто, читая Евангелие. Так умирают только люди, которые прошли через

²² Достоевский Ф.М. Полное собрание сочинений: в 30 т. Т. 21. Дневник писателя, 1873. С. 59.

²³ Достоевский Ф.М. Полное собрание сочинений: в 30 т. Т. 30, кн. 2. Публицистика и письма. Л.: Наука, 1990. С. 10.

²⁴ Достоевский Ф.М. Полное собрание сочинений: в 30 т. Т. 15. Братья Карамазовы. Кн. 11–12. Эпilog. Л.: Наука, 1976. С. 32.

²⁵ Достоевская А.Г. Воспоминания. URL: http://az.lib.ru/d/dostoevskaja_a_g/text1916_vospominaniya.shtml (дата обращения: 27.04.2021).

глубокое очищающее покаяние...» [8, с. 205]. Супруга Достоевского вспоминала, что лицо его «было спокойно, и казалось, что он не умер, а спит и улыбается во сне какой-то узнанной им теперь «великой правде»²⁶.

«Труден и тяжёл путь веры, но только он один даст радость навеки. Достоевский прошёл его от начала до конца...» [9, с. 141] – такими словами подвёл итог непростого духовного пути Фёдора Михайловича протоиерей Георгий Флоровский.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Духовное мирозерцание Фёдора Михайловича Достоевского отражено в его богатом писательском наследии. Знакомство с его литературными персонажами позволяет увидеть их нравственные искания и даёт прочувствовать сложный духовный путь и религиозную жизнь самого великого писателя. Его произведения воздействуют на внутренний мир читателей, обладают большим миссионерским потенциалом. В советское время через чтение его романов некоторые приходили к православной вере. Современный исследователь литературного наследия Достоевского отмечает, что «в 70-е гг. XX века, когда в России росло уже третье поколение атеистов, и внуков воспитывали бабушки – бывшие комсомолки, и, казалось, молодёжь потеряна для Церкви, вдруг моло-

дые люди во множестве стали креститься и воцерковляться. Когда священники спрашивали их: «Что привело вас в церковь?» – многие отвечали: «Читал Достоевского» [10, с. 172]. Через произведения писателя к христианству приходили даже те, кто вырос в иной культурной среде, как это случилось, например, с известным американским атеистом Полем де Крафтом, прочитавшим роман «Братья Карамазовы» и ставшим глубоко верующим христианином²⁷.

Большую часть своей жизни Фёдор Михайлович Достоевский находился в поисках Божественной истины, пройдя этот путь по классической схеме: тезис (воспитание в православной вере на идеале Христа) – анти-тезис (отклонение от православной традиции к политическому радикализму) – синтез (осознание заблуждения и возвращение на спасительный путь через глубокое принятие Православия). Он был удивительно искренним и правдивым человеком, бескомпромиссно обличавшим безнравственность тех, кто надеялся построить счастье, отрицая бессмертие души и её Создателя. Он предлагал единственно верный и спасительный путь духовной жизни, который заключался в любви к Христу и человеку, в правде Божией, которым следовал сам, стараясь поступать по-евангельски, прощая своих обидчиков, принимая нуждающихся у себя дома как самых дорогих гостей.

²⁶ Достоевская А.Г. Воспоминания. URL: http://az.lib.ru/d/dostoevskaja_a_g/text1916_vospominaniya.shtml (дата обращения: 27.04.2021).

²⁷ Иоанн (Шаховской), архиеп. Книга свидетельств. Нью-Йорк, 1965. С. 294-295.

Список источников

1. Соловьёв В.С. Сочинения: в 2 т. М.: Мысль, 1990. Т. 2. 822 с.
2. Ильин И.А. Путь к очевидности. М.: Республика, 1993. 431 с.
3. Лосский Н.О. Достоевский и его христианское миропонимание. URL: <http://dostoevskiy-lit.ru/dostoevskiy/bio/losskij-hristianskoe-miroponimanie/1-glava-vtoraya-religioznaya-zhizn.htm> (дата обращения: 27.04.2021).
4. Зеньковский В.В., прот. История русской философии: в 2 т. Л.: Эго, 1991. Т. 1. 280 с.
5. Иустин (Попович), прп. Философия и религия Ф.М. Достоевского. Минск: Изд-во Д.В. Харченко, 2007. 312 с.
6. Беловолов Г., прот. Достоевский и Оптиная пустынь. URL: <https://pravoslavie.ru/100899.html> (дата обращения: 27.04.2021).
7. Иларион (Алфеев), митр. Православие: в 2 т. М.: Изд-во Сретенского монастыря, 2010. Т. 2. 976 с.
8. Шумский А., диак. Достоевский и вера // Ф.М. Достоевский и православие. М.: Изд. дом «К единству!», 2003. С. 196-205.
9. Флоровский Г., прот. Блаженство страждущей души // Ф.М. Достоевский и православие. М.: Изд. дом «К единству!», 2003. С. 137-143.

10. Касаткина Т. «Главный вопрос, которым я мучился сознательно и бессознательно всю мою жизнь, – существование Божие...» // Ф.М. Достоевский и православие. М.: Изд. дом «К единству!», 2003. С. 144-176.

References

1. Solovyov V.S. *Sochineniya: v 2 t.* [Essays: in 2 vols.]. Moscow, Mysl' Publ., 1990, vol. 2, 822 p. (In Russian).
2. Ilin I.A. *Put' k ochevidnosti* [The Way to Evidence]. Moscow, Respublika Publ., 1993, 431 p. (In Russian).
3. Losskiy N.O. *Dostoyevskiy i ego khristianskoye miroponimaniye* [Dostoevsky and his Christian Worldview]. (In Russian). Available at: <http://dostoevskiy-lit.ru/dostoevskiy/bio/losskiy-hristianskoe-miroponimanie/1-glava-vtoraya-religioznaya-zhizn.htm> (accessed 27.04.2021).
4. Zenkovskiy V.V., Protoiereus. *Istoriya russkoy filosofii: v 2 t.* [History of Russian Philosophy: in 2 vols.]. Leningrad, Ego Publ., 1991, vol. 1, 280 p. (In Russian).
5. Justin (Popovich), Venerable Father. *Filosofiya i religiya F.M. Dostoyevskogo* [Philosophy and Religion of F.M. Dostoevsky]. Minsk, D.V. Kharchenko Publ., 2007, 312 p. (In Russian).
6. Belovolov G., Protoiereus. *Dostoyevskiy i Optina pustyn'* [Dostoevsky and Optina Hermitage]. (In Russian). Available at: <https://pravoslavie.ru/100899.html> (accessed 27.04.2021).
7. Hilarion (Alfeyev), Metropolitan. *Pravoslaviye: v 2 t.* [Orthodoxy: in 2 vols.]. Moscow, Sretensky Monastery Publ., 2010, vol. 2, 976 p. (In Russian).
8. Shumskiy A., Deacon. *Dostoyevskiy i vera* [Dostoevsky and faith]. *F.M. Dostoyevskiy i pravoslaviye* [F.M. Dostoevsky and Orthodoxy]. Moscow, "K edinstvu!" Publ. House, 2003, pp. 196-205. (In Russian).
9. Florovskiy G., Protoiereus. *Blazhenstvo strazhdushchey dushi* [Bliss of the suffering soul]. *F.M. Dostoyevskiy i pravoslaviye* [F.M. Dostoevsky and Orthodoxy]. Moscow, "K edinstvu!" Publ. House, 2003, pp. 137-143. (In Russian).
10. Kasatkina T. «Glavnyy vopros, kotorym ya muchilsya soznatel'no i bessoznatel'no vsyu moyu zhizn', – sushchestvovaniye Bozhiye...» [“The main question by which I have agonized consciously and unconsciously all my life is the existence of God...”]. *F.M. Dostoyevskiy i pravoslaviye* [F.M. Dostoevsky and Orthodoxy]. Moscow, "K edinstvu!" Publ. House, 2003, pp. 144-176. (In Russian).

Информация об авторе

Митрополит Тамбовский и Рассказовский Феодосий (Васнев Сергей Иванович), доктор теологии, кандидат богословия, ректор, Тамбовская духовная семинария, г. Тамбов, Российская Федерация, ORCID: 0000-0002-8850-0418, admin@eparhia-tmb.ru

Вклад в статью: общая концепция статьи, обработка и редактирование материала, написание и оформление статьи.

Статья поступила в редакцию 01.02.2022
Одобрена после рецензирования 05.04.2022
Принята к публикации 21.04.2022

Information about the author

Metropolitan of Tambov and Rasskazovo Theodosius (Sergey Ivanovich Vasnev), Doctor of Theology, Candidate of Theology, Rector, Tambov Theological Seminary, Tambov, Russian Federation, ORCID: 0000-0002-8850-0418, admin@eparhia-tmb.ru

Contribution: main study conception, material processing and editing, manuscript drafting and design.

The article was submitted 01.02.2022
Approved after reviewing 05.04.2022
Accepted for publication 21.04.2022

Неофилология

Neofilologiya = Neophilology

ISSN 2587-6953 (Print)

<http://journals.tsutmb.ru/neophilology/>

ISSN 2782-5868 (Online)

Перечень ВАК, ПИНЦ, DOAJ, Ulrich's Periodicals Directory, EBSCO, ResearchBib, CrossRef, НЭБ «eLIBRARY.RU», ЭБ «КиберЛенинка»

НАУЧНАЯ СТАТЬЯ

УДК 793.38

DOI 10.20310/2587-6953-2022-8-2-393-400

Танцевальная культура тамбовского провинциального дворянства конца XIX – начала XX века

Марина Николаевна ЮРЬЕВА

ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный университет им. Г.Р. Державина»
392000, Российская Федерация, г. Тамбов, ул. Интернациональная, 33

✉ mar_nik@bk.ru

Аннотация. Целью исследования является рассмотрение танцевальной культуры провинциального дворянства Тамбовской губернии конца XIX – начала XX века. С позиции культурологического подхода проанализирована эволюция бальной культуры в России как социокультурного феномена, основанного на взаимосвязи семейного, общественного образования и воспитания молодежи русского провинциального дворянского сословия. Проанализированы учебные планы и программы учебных заведений Тамбовской губернии: дворянского училищного корпуса, Правительственной мужской гимназии, Пителимовской гимназии, а также частных учебных заведений: гимназии Пташник, музыкального училища, Екатерининского учительского института, Александровского института благородных девиц, Епархиального женского училища и др. Определена важность основных характеристик танцевального вечера и его функционального значения для русского общества. Установлена роль учебных заведений Тамбовской губернии в хореографическом обучении и воспитании провинциального дворянства. Охарактеризованы общественные, купеческие, частные балы. Рассмотрены изменения бального танца, детерминированные социокультурными процессами в Российской культуре и образовании. Сделан вывод о необходимости возрождения танцевальной бальной культуры и наполнении её региональными особенностями, собственным характером и содержанием, традициями, обрядами, верованиями. Определена роль танцевальной культуры в сохранении эстетических ценностей в современном обществе.

Ключевые слова: танцевальная культура, провинция, дворянство, ассамблеи, бал, танцевальный вечер

Для цитирования: Юрьева М.Н. Танцевальная культура тамбовского провинциального дворянства конца XIX – начала XX века // Неофилология. 2022. Т. 8, № 2. С. 393-400. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2022-8-2-393-400>



Материалы статьи доступны по лицензии [Creative Commons Attribution \(«Атрибуция»\) 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) Всемирная



Dance culture of the Tambov provincial nobility of the late 19th – early 20th century

Marina N. YURIEVA

Derzhavin Tambov State University
33 Internatsionalnaya St., Tambov 392000, Russian Federation
✉ mar_nik@bk.ru

Abstract. The purpose of the study is to consider the dance culture of the provincial nobility of the Tambov province of the late 19th – early 20th centuries. From the standpoint of a culturological approach, the evolution of ballroom culture in Russia as a socio-cultural phenomenon based on the relationship of family, public education and upbringing of young people of the Russian provincial nobility is analyzed. The curricula and programs of educational institutions of the Tambov province are analyzed: the Noble School Building, the Government Men's Gymnasium, the Pitirimovskaya Gymnasium, as well as private educational institutions: the Ptashnik Gymnasium, the Music School, the Catherine Teachers' Institute, the Alexandria Institute of Noble Maidens, the Diocesan Women's School and others. The importance of the main characteristics of the dance evening and its functional significance for Russian society is determined. The role of educational institutions of the Tambov province in the choreographic training and education of the provincial nobility is established. Public, merchant, and private balls are characterized. The changes of ballroom dance determined by socio-cultural processes in Russian culture and education are considered. The conclusion is made about the need to revive the dance ballroom culture and fill it with regional peculiarities, its own character and content, traditions, rituals, beliefs. The role of dance culture in the preservation of aesthetic values in modern society is determined.

Keywords: dance culture, province, nobility, assemblies, ball, dance evening

For citation: Yurieva M.N. Tantseval'naya kul'tura tambovskogo provintsial'nogo dvoryanstva kontsa XIX – nachala XX veka [Dance culture of the Tambov provincial nobility of the late 19th – early 20th century]. *Neofilologiya – Neophilology*, 2022, vol. 8, no. 2, pp. 393-400. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2022-8-2-393-400> (In Russian, Abstr. in Engl.)



This article is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



ВВЕДЕНИЕ

В настоящее время возрастает интерес к историческому краеведению, что приводит к появлению «локальных» исторических исследований, в том числе в области хореографического образования и воспитания провинциального дворянства Тамбовской губернии конца XIX – начала XX века. Это позволяет выявить региональные особенности деятельности и жизни представителей различных социальных групп, детально исследовать процессы культурной жизни провинциального общества России, определить роль и значение танцевальной культуры в семейном,

общественном воспитании русского провинциального сословия.

Сегодня танец является предметом изучения гуманитарных наук, в том числе и теории культуры, исследующей главным образом фрагментарно, на эмпирическом уровне комбинации фактов, функций, норм, закономерностей танцевальной культуры. Культурологический подход в изучении феномена танца позволяет рассматривать его как неотъемлемую часть культурного пространства. Кроме того, он даёт возможность моделирования и реставрирования отдельных элементов эстетической и культурной жизни. С точки зрения Е.В. Самойленко, танец с куль-

турологической позиции – это социокультурный феномен. В нём сочетаются различные элементы культуры повседневности. Она ритмически организована и ментально наполнена двигательной активностью индивида [1, с. 148].

Опыт, традиции хореографического образования и воспитания российского провинциального дворянства конца XIX – начала XX века при всей своей востребованности на данный момент остаются недостаточно изученным и не осмысленными отечественной наукой. Необходимость изучения истории развития балльной культуры как социокультурного феномена, основанного на взаимосвязи образования и воспитания молодежи, важность определения основных характеристик танцевального вечера и его функционального значения для русского общества способствуют углублению представлений о месте балов в общественной жизни Тамбовской губернии; интересом современного общества к организации уникальных историко-тематических мероприятий.

Цель исследования: проанализировать процесс развития танцевальной культуры в среде провинциального дворянства Тамбовской губернии конца XIX – начала XX века.

МАТЕРИАЛЫ, МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

В исследовании применялись традиционные методы анализа и систематизации архивных материалов, справочных изданий из фондов Государственного архива Тамбовской области, трудов по истории образования; историко-сравнительный метод изучения учебных планов, программ, воспроизводящих образовательную деятельность учебных заведений Тамбовской губернии обозначенного периода.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Культура балов в России представляет собой её культурное достояние. Она имеет глубокие исторические корни. Начиная с петровской эпохи в России во всех слоях населения получили широкое распространение ассамблеи – балы, выступающие центрами обучения и выработки норм и навыков соци-

ально-культурной жизни, где русские люди всех возрастов приобщались к западно-европейской культуре, новым моделям жизни, учились развлекаться, правильно одеваться, грамотно общаться, вести себя в обществе. В.О. Ключевский так описывает ассамблею: «это и биржа, и клуб, и приятельский журфикс, и танцевальный вечер. Здесь толковали о делах, о новостях, играли, пили, плясали» [2, с. 234]. Ассамблеи представляли собой особую форму общения. Такая форма общения определяла нормы поведения, которые шли вразрез устоявшимся прежде законам строго сословного общества (женщинам, богатым купцам, представителям инженерной и мастеровой элиты, за исключением лакеев и слуг).

В процессе культурно-исторического развития ассамблея изменила своё структурное содержание, превратившись, с одной стороны, в строго регламентированные дворянские, с другой – в танцевальные вечера средних слоев общества [3, с. 128]. Постепенная эволюция танца сформировала в России балльную культуру.

Бал XIX – начала XX века являлся неотъемлемой составляющей светского быта, занимая особое место в повседневной жизни дворянина. Как отмечает А.В. Колесникова: «Бал – это своеобразный театр жизни, театр представления, в котором разыгрывались и вершились судьбы народов, плелись тончайшие кружева европейской политики, создавалось общественное мнение» [4, с. 25].

Постепенная эволюция танца сформировала в России балльную культуру. Она стала частью воспитания и образования в дворянской среде. Расширявшиеся общественные потребности приводили к необходимости развития сферы общехудожественного развития любительской инициативы, системы специального профессионального образования.

В начале XIX века для детей дворян в городе Тамбов возникают учебные заведения закрытого типа, среди них: дворянский училищный корпус, открытый в 1802 г., Правительственная мужская гимназия (1876 г.), Питиримовская гимназия, находящаяся в этом корпусе реальное училище (1910 г.), гимназия Пташник (1882 г.), которые являлись частными учебными заведениями, министерская женская гимназия (1870 г.), му-

зыкальное училище (1881 г.), Екатерининский учительский институт (1870 г.), Александровский институт благородных девиц (1835 г.), Епархиальное женское училище (1863 г.).

Все государственные, губернские, частные образовательные учреждения в первую очередь обеспечивали качественное обучение в соответствии с государственной образовательной программой, независимо от того, были ли это столица, провинциальный городок или деревня. Везде придерживались главной цели – научить и воспитать у обучающихся основные знания, умения, необходимые для существования в обществе. В то же время во всех государственных высших и средних учебных заведениях, гимназиях, иностранных пансионах искусство танца являлось рекомендуемым предметом.

22 июня 1802 г. по решению губернского дворянского собрания был основан училищный корпус для детей бедных дворян в городе Тамбов. Попечителем стал представитель дворянского сословия Тамбовской губернии Д.М. Мартынов. На заседании дворянского комитета была утверждена образовательная система, на основе которой преподавались ряд гуманитарных дисциплин, в том числе русский, французский и немецкий языки, рисование с гражданской архитектурой и др., а также гимнастика, танцы, основы этики. Как отмечал И.И. Дубасов: «...Порядочных танцоров из нашего училища выходило немало, но толковых и знающих науку – почти не было» [5, с. 95].

На базе Тамбовской Министерской женской гимназии, которая являлась первоначально благородным пансионом для дворян и состоятельных чиновников, в 1870 г. открывается губернская женская гимназия, где ученицы изучали закон Божий, иностранные языки, занимались рукоделием, музыкой, пением, танцами и гимнастикой [6]. Как и во многих учебных заведениях Тамбовской губернии, в актовом зале гимназии проводились творческие музыкальные и танцевальные вечера, литературные чтения.

Правительственная мужская гимназия носила статус одного из лучших учебных заведений Тамбова и России. Мужская гимназия появилась в период пребывания на посту тамбовского наместника Г.Р. Державина.

Благодаря ему в 1786 г. в Тамбове открывается главное народное училище, которое позднее преобразовали в Тамбовскую мужскую гимназию. Образовательная система гимназии была классической, которая подразумевала максимум латыни и греческого, минимум естественных дисциплин. Преимущество гуманитарных наук позволяло включать в процесс такие творческие дисциплины, как танцы, музыкальное искусство, пение и гимнастику [7, с. 46]. Такое дисциплинарное многообразие способствовало гармоничному культурному обучению и воспитанию обучающихся.

Тамбовская женская гимназия Д.А. Пташник являлась частным учебным заведением и была открыта в 1882 г. Образование в этой гимназии основывалось на обучении и воспитании навыков поведения в светском и высшем обществе, развивало у девушек манеры и привычки, присущие высшему обществу. Основную часть учебного процесса составляло изучение таких дисциплин, как этика и эстетика общения и поведения, литература, пение и рисование, игра на музыкальных инструментах, основы бального танца, гимнастика. Гимназия Пташник являлась одной из немногих, где воспитывали «будущих членов светского общества». На протяжении 20 лет гимназию спонсировал фабрикант М.В. Асеев [8].

Питиримовская гимназия была образована в 1910 г., также являлась частным учебным заведением для мальчиков-подростков. Согласно учебным планам, сохранившимся в фондах Государственного архива Тамбовской губернии, среди дополнительных предметов изучались рисование и гимнастика¹. Актный зал Питиримовского училища являлся одним из центров общественной жизни Тамбова, где проводились ежегодные традиционные выставки художников, фотографов, встречи известных людей, танцевальные театрализованные вечера.

Танец в рассматриваемый период в обществе расценивался как средство физического развития и духовно-эстетического воспитания и обучения. Танец являлся обязательным предметом в лицеях, гимназиях, училищах. В университетах России это был

¹ Питиримовская гимназия // Тамбовия: сайт. URL: http://tambovia.ru/pitirimovskaya_gimnaziya.html (дата обращения: 20.04.2021).

рекомендуемый предмет. В системе домашнего и общего обучения танец оставался обязательным элементом. Создавая пространство коллективной деятельности, танец способствовал совместному удовлетворению базовых потребностей индивида в общении, отдыхе, социализации и пр.

В провинции было немного иначе. Девушкам из малопоместных дворянских семей было не обязательно владеть знанием светских манер, для них было достаточно знать основы поведения в светском обществе. Основной целью воспитания и образования юных девушек являлось умение грамотно писать, читать, управлять хозяйством и знать законы богослужения [9, с. 27].

В 1863 г. в Тамбове было открыто женское духовное училище, которое позднее было передано под руководство Тамбовского Епархиального управления и переименовано в Епархиальное женское училище. Изначально девочки обучались домоводству и рукоделию. Позднее в образовательную программу были внесены и другие предметы: церковная история, теория словесности, история литературы, геометрия, физика, педагогика. По желанию девочки могли изучать немецкий и французский языки, музыку, рисование. В старших классах позволялось вводить танцы и основы бального этикета [10].

В 1835 г. в Тамбовской губернии был открыт Александринский институт благородных девиц, в котором основное внимание уделялось нравственному и религиозному воспитанию. Данное учебное заведение было закрытого типа и позволяло получить хороший уровень женского образования. Учащиеся получали «нужнейшие и полезнейшие сведения из естественной истории и физики», изучали чистописание, рисование, музыку, пение, танцы, рукоделие, домашнее хозяйство, с 1861 г. – гимнастику [11, с. 31].

В гимназиях и частных учебных заведениях открывались творческие кружки театрального искусства, изучалась стенография (искусство скорописи), проводились литературные вечера. Добавлялись такие факультативные занятия, как искусство танца, основы бального этикета, фехтование, пение, игра на музыкальных инструментах. Важно отметить, что для церковных школ и институтов благородных девиц пение и умение играть на

музыкальных инструментах входило в список обязательных дисциплин.

Значительную роль в развитии музыкальной и танцевальной культуры сыграло отделение Императорского Русского музыкального общества, на основе которого было образовано Тамбовское музыкальное училище. Вторым этажом являлся актовый зал, где часто проводились музыкальные и творческие вечера. Это место служило площадкой для танцевальных вечеров и общественных балов – маскарадов.

Образование и воспитание представителей провинциального дворянского сословия, в том числе их детей, зависели от имущественного состояния семьи, знатности, уровня образованности родителей, пола ребёнка. Обеспеченные дворянские семьи отправляли своих детей в престижные столичные учебные заведения, мелкопоместные дворяне – в губернские гимназии, приходские и уездные училища. Многим приходилось обучаться в домашних условиях, в которых воспитанием занимались родители или приглашённые домашние учителя.

Усадьба Асеевых является ярким представителем эпохи провинциального дворянства конца XIX – начала XX века. Она являлась местом встреч и проведения танцевальных вечеров в компании провинциальной знати. Танцевальные вечера всегда были наполнены живой музыкой в исполнении оркестра, а приглашённые артисты радовали гостей прекрасными музыкальными композициями прошлого столетия. Сохранив в себе простоту и элегантность того периода, усадьба и в наше время является по-настоящему атмосферным местом, которое хранит в себе культурные традиции провинциального дворянства.

Образование в учебных заведениях не только обеспечивало необходимый уровень образования общества, но и воспитывало обучающихся манерам и навыкам поведения не только в пределах учреждения, но и в обществе, будь то столица или провинция.

С точки зрения Д.В. Буланина, обучение культурному и социальному этикету, умение держать себя в высшем обществе, владение танцевальными и музыкальными навыками и способностями являлось важным социализи-

рующим фактором в высших и в низших дворянских сословиях [12, с. 69].

Провинциальная культура каждого региона, города обладала собственным содержанием и характером, была наполнена местными традициями, верованиями, привычками. Общественные балы в провинции пользовались большой популярностью. Они проводились в зданиях Благородного или городского собрания, театрах, различных клубах, резиденциях губернаторов, залах, домах частных лиц. Участниками балов являлись представители различных чинов и сословий [4].

Купеческие балы представляли собой в основном благотворительные вечера, так как основную часть гостей составляли чиновники, меценаты и состоятельные дворяне. Иногда они были настолько грандиозны, что затмевали своей пышностью столичные придворные балы.

Большой популярностью отличались частные балы, которые проводились в закрытых клубах, частных усадьбах зажиточных дворян. Частные балы и небольшие танцевальные вечера отличались более разнообразной и произвольной программой. Открывался вечер вальсом в исполнении хозяйина и хозяйки дома или их дочери. Как правило, такие балы организовывали по случаю памятных семейных дат для детей и их родителей. Очень часто в тёплое время года в загородных имениях и дачах устраивались танцевальные вечера.

Методика обучения бальным танцам в начале XIX века претерпела значительные изменения по сравнению с серединой века. Как правило, упор делался на заучивание «модных» танцев. А вот в начале столетия обучение велось по всем правилам, когда ученики разучивали определённые танцевальные движения: батманы, *pas à terre*, затем «долгое время держали на *menuète à la reine*» [4].

Ю.М. Симаева подчёркивает, что «развитие бальной культуры повлияло и на культуру и манеру общения. В языке появились заимствованные от иностранцев выражения, так или иначе связанные с танцевальной культурой. Например, «бонтонность», «моветон», «авантажность», «бонвиван», «ангажировать» и др. Формировался особый язык танцевальной грамматики. Он основывался на французских терминах, обозначающих

танцевальные фигуры, положения ног, рук, тела. Очень популярны были самоучители и руководства по поведению на балах и танцевальных вечерах. В них подробно описывались правила светского тона и манеры, которые определялись в умении кланяться, ходить, стоять, сидеть, вести светские беседы и танцевать так, как того требовала учтивость и уважение к обществу» [13].

Репертуар танцевальных вечеров XIX – начала XX века отличался богатым разнообразием. Вальс, полонез, кадрили не потеряли своей популярности вплоть до XX века. Во второй половине 1890-х гг. в дополнение к привычным танцам пришли новые авторские танцы, представляющие собой последовательности коротких фигур и предназначенные для исполнения в паре. Среди русских сиквенсов наиболее популярным следует считать *Pas d'Espagne* авторства московского артиста императорских театров, хореографа А.А. Цармана, который являлся первым основателем общественного танца в России.

Начало XX века – время радикальных изменений в русской бальной традиции. Здесь сочетаются устаревшие танцы прошлого столетия с новыми, современными танцевальными стилями и композициями, которые на протяжении многих лет являлись прекрасным дополнением друг друга. Произошли и кардинальные изменения понимания самой сути бала. Его стали понимать, как способ проведения публичного танцевального вечера. Упрощается бальный этикет, происходит отказ от многих традиционных, канонических форм танцевального собрания.

Происходят существенные изменения внутри дворянской культуры. Новые европейские и американские танцевальные тенденции, оригинальные и необычные идеи российских хореографов, новые народные традиции и обычаи являлись поводом для трансформации всех областей культурной жизни российского общества. Как отмечает М.Ю. Ерёмкина, «...изменяющийся социальный климат, страсть поиска и желание вписать историю своего поколения отличными от других чернилами – все это всегда ведёт к волшебному рождению нового танцевального шлягера» [14, с. 12].

ВЫВОДЫ

Сегодня танцевальная культура находит яркое применение в современной жизни России. Балльная культура в конце XX века не только не потеряла востребованность, но сохранилась в качестве балов выпускников, бал-маскарадов, различных тематических и культурно-исторических вечеров. Это торжественное действо, являющееся в настоящее время носителем эстетических ценностей, занимает особую ступень в процессе культурного воспитания современного общества. Бал возродился в общественной культуре как своеобразное проявление и напоминание той исторической эпохи дворянства и выступает квинтэссенцией всей культуры на конкретном этапе её существования, особым тек-

стом, за внешней стороной которого стоят значимые культурные смыслы.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ПРИМЕНЕНИЕ

Материалы исследования могут быть использованы при разработке информационной историко-культурной базы, учебно-методических материалов со сведениями о роли и особенностях балльного танца как социокультурного феномена в жизни российского провинциального дворянства конца XIX – начала XX века. Теоретический материал может быть использован при организации танцевальных вечеров и балов на территории музейного комплекса «Усадьба Асеевых» (г. Тамбов), в учреждениях дополнительного, общего, среднего профессионального образования.

Список источников

1. Самойленко Е.В. Танцевальная культура: проблема дефиниции, структура, ведущие функции // Наука и современность. 2011. № 12-1. С. 147-152.
2. Ключевский В.О. Русская история: полный курс лекций: в 3 т. М.: АСТ, Харвест, 2002. Т. 3. 593 с.
3. Комиссаренко С.С. Культурные традиции русского общества. СПб., 2003. 300 с.
4. Колесникова А.В. Бал в истории русской культуры: автореф. дис. ... канд. культурол. наук. СПб., 1999.
5. Дубасов И.И. Очерки из истории Тамбовского края: исслед. И.И. Дубасова. Вып. 4. М.: Тип. Губ. правл., 1890. 263 с.
6. Орлова В.Д. Женская гимназия // Тамбовская энциклопедия / гл. ред. Л.Г. Протасов. Тамбов: Изд-во «Юлис», 2004. С. 65.
7. Духжилова И.В. История Тамбовского края с древнейших времен до середины XIX века. Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2009. 120 с.
8. Зайцева О.М. Частная женская гимназия Д.А. Пташник // Город Тамбов в прошлом, настоящем и будущем: материалы Общерос. науч. конф., посвящ. 375-летию основания города Тамбова / отв. ред. В.В. Канищев, Ю.А. Мизис. Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2011. С. 44.
9. Дворянская и купеческая сельская усадьба в России XVI–XX вв.: Исторические очерки / под ред. Л.В. Ивановой. М.: Эдиториал УРСС, 2001. 84 с.
10. Васильева С.П. Женское образование в Тамбовской губернии во второй половине XIX – начале XX века: автореф. дис. ... канд. ист. наук. Тамбов, 2011.
11. Верецагин П.А. Исторический очерк Тамбовского Александринского Института благородных девиц 1843–1893 гг. Тамбов, 1983. 209 с.
12. Буланин Д.В. Мир русской провинции и провинциальная культура. СПб.: ГИИС Д.В. Буланин, 1997. 139 с.
13. Симаева Ю.М. Педагогическое обеспечение преподавания хореографии в общеобразовательных учебных заведениях России: 60-е годы XIX века – 1918 год: автореф. дис. ... канд. пед. наук. М., 2014. 24 с.
14. Ерёмкина М.Ю. Роман с танцем. СПб.: Созвездие, 1998. 252 с.

References

1. Samoylenko E.V. Tantseval'naya kul'tura: problema definitsii, struktura, vedushchiye funktsii [Dance culture: the problem of definition, structure, leading functions]. *Nauka i sovremennost'* [Science and Modernity], 2011, no. 12-1, pp. 147-152. (In Russian).

2. Klyuchevskiy V.O. *Russkaya istoriya: polnyy kurs lektsiy: v 3 t.* [Russian History: A Full Course of Lectures: in 3 vols.]. Moscow, AST, Kharvest Publ., 2002, vol. 3, 593 p. (In Russian).
3. Komissarenko S.S. *Kul'turnyye traditsii russkogo obshchestva* [Cultural Traditions of Russian Society]. St. Petersburg, 2003, 300 p. (In Russian).
4. Kolesnikova A.V. *Bal v istorii russkoy kul'tury: avtoref. dis. ... kand. kul'turo. nauk* [Ball in the History of Russian Culture. Cand. cult. sci. diss. abstr.]. St. Petersburg, 1999. (In Russian).
5. Dubasov I.I. *Ocherki iz istorii Tambovskogo kraia: issled. I.I. Dubasova. Vyp. 4* [Essays from the History of the Tambov Region: Researches by I.I. Dubasov. Issue 4]. Moscow, Provincial Government Typography, 1890, 263 p. (In Russian).
6. Orlova V.D. Zhenskaya gimnaziya [Women's Gymnasium]. *Tambovskaya entsiklopediya* [Tambov Encyclopedia]. Tambov, Yulis Publ., 2004, p. 65. (In Russian).
7. Dvukhzhilova I.V. *Istoriya Tambovskogo kraia s drevneyshikh vremen do serediny XIX veka* [History of the Tambov Region from Ancient Times to the Middle of the 19th Century]. Tambov, Tambov State Technical University Publ., 2009, 120 p. (In Russian).
8. Zaytseva O.M. Chastnaya zhenskaya gimnaziya D.A. Ptashnik [D.A. Ptashnik Private Women's Gymnasium]. *Materialy Obshcherossiyskoy nauchnoy konferentsii, posvyashchennoy 375-letiyu osnovaniya goroda Tambova «Gorod Tambov v proshlom, nastoyashchem i budushchem»* [Proceedings of the All-Russian Scientific Conference Dedicated to the 375th Anniversary of the Founding of the Tambov City "The Tambov City in the Past, Present and Future"]. Tambov, Tambov State Technical University Publ., 2011, p. 44. (In Russian).
9. Ivanova L.V. (ed.). *Dvoryanskaya i kupecheskaya sel'skaya usad'ba v Rossii XVI–XX vv.: Istoricheskiye ocherki* [Noble and Merchant Rural Estate in Russia in the 16th–20th Centuries: Historical Essays]. Moscow, Editorial URSS Publ., 2001, 84 p. (In Russian).
10. Vasilyeva S.P. *Zhenskoye obrazovaniye v Tambovskoy gubernii vo vtoroy polovine XIX – nachale XX veka: avtoref. dis. ... kand. ist. nauk* [Women's Education in the Tambov Province in the Second Half of the 19th – early 20th Centuries. Cand. hist. sci. diss. abstr.]. Tambov, 2011. (In Russian).
11. Vereshchagin P.A. *Istoricheskiy ocherk Tambovskogo Aleksandrinskogo Instituta blagorodnykh devits 1843–1893 gg* [Historical Sketch of the Tambov Alexandrinsky Institute of Noble Maidens 1843–1893]. Tambov, 1983, 209 p. (In Russian).
12. Bulanin D.V. *Mir russkoy provintsii i provintsial'naya kul'tura* [World of Russian provinces and Provincial Culture]. St. Petersburg, GIISS D.V. Bulanin Publ., 1997, 139 p. (In Russian).
13. Simayeva Y.M. *Pedagogicheskoye obespecheniye prepodavaniya khoreografii v obshcheobrazovatel'nykh uchebnykh zavedeniyakh Rossii: 60-e gody XIX veka – 1918 god: avtoref. dis. ... kand. ped. nauk* [Pedagogical Provision of Teaching Choreography in General Educational Institutions of Russia: 60s of the 19th century – 1918. Cand. ped. sci. diss. abstr.]. Moscow, 2014, 24 p. (In Russian).
14. Eremina M.Y. *Roman s tantsem* [Romance with Dance]. St. Petersburg, Sozvezdie Publ., 1998, 252 p. (In Russian).

Информация об авторе

Юрьева Марина Николаевна, доктор педагогических наук, профессор кафедры сценических искусств, Тамбовский государственный университет им. Г.П. Державина, г. Тамбов, Российская Федерация, ORCID: [0000-0003-4433-999X](https://orcid.org/0000-0003-4433-999X), mar_nik@bk.ru

Вклад в статью: идея исследования, анализ краеведческой и научной литературы, написание текста статьи.

Статья поступила в редакцию 05.01.2022
Одобрена после рецензирования 28.03.2022
Принята к публикации 21.04.2022

Information about the author

Marina N. Yurieva, Doctor of Pedagogy, Professor of Performing Arts Department, Derzhavin Tambov State University, Tambov, Russian Federation, ORCID: [0000-0003-4433-999X](https://orcid.org/0000-0003-4433-999X), mar_nik@bk.ru

Contribution: study idea, local history and scientific literature analysis, manuscript text drafting.

The article was submitted 05.01.2022
Approved after reviewing 28.03.2022
Accepted for publication 21.04.2022

Неофилология

Neofilologiya = Neophilology

ISSN 2587-6953 (Print)

<http://journals.tsutmb.ru/neophilology/>

ISSN 2782-5868 (Online)

Перечень ВАК, ПИНЦ, DOAJ, Ulrich's Periodicals Directory, EBSCO, ResearchBib, CrossRef, НЭБ «eLIBRARY.RU», ЭБ «КиберЛенинка»

НАУЧНАЯ СТАТЬЯ

УДК 745.03; 7.03

DOI 10.20310/2587-6953-2022-8-2-401-408

Эволюция статуса ювелирных украшений в истории культуры и их роль в межкультурных взаимодействиях

Мария Геннадьевна КРУГЛОВА^{1,2} ✉, Альбина Александровна ЧЕРВОВА²

¹ФГБОУ ВО «Московская государственная художественно-промышленная академия им. С.Г. Строганова»
125080, Российская Федерация, г. Москва, Волоколамское шоссе, 9

²ФГБОУ ВО «Ивановский государственный университет», Шуйский филиал
155908, Российская Федерация, Ивановская обл., г. Шуя, ул. Кооперативная, 24

✉ 7290101@mail.ru

Аннотация. Эволюцию статуса ювелирных украшений в истории культуры и их роль в межкультурных взаимодействиях интересно рассматривать в соотношении периодов концептуальных общественных трансформаций. Целью исследования является изучение основных культурологических подходов к процессу развития, выявление актуальных направлений в изучении культурных диффузий в контексте ювелирного искусства. Проанализированы мотивы и функции украшений, проведённая систематизация позволяет определить место ювелирных украшений в межкультурных взаимодействиях на примере древних Азиатских культур (Тибета, Монголии, Малых народов Китая), обладающих значимым как материальным, так и духовным наследием и демонстрирующим признаки культурной диффузии, проницаемости. Эта цивилизационная общность проникнута большой суммой влияний, которые имеют свои закономерности: направления и ритмы. Традиционное ювелирное искусство этого региона демонстрирует многообразие технологий и материалов при их стилистической преемственности, общих культурологических корнях. Рассмотрены вопросы происхождения украшений, которые, скорее всего, возникли одновременно с появлением одежды, костюмного комплекса; являются неотъемлемой частью человеческой цивилизации и, бесспорно, оказали огромное влияние на её эволюцию. Выводы: определение маркеров культурной диффузии посредством комплексного сравнительно-типологического анализа жанров, материалов, художественного стиля в традиционном ювелирном искусстве Центральной Азии, в том числе малых народов южного Китая, Монголии и Тибета в современном авторском ювелирном искусстве Строгановской школы через призму инноваций формообразования русского авангарда 1910–1920 гг. как раз определяют основные культурологические подходы.

Ключевые слова: ювелирное искусство, культурная диффузия, диффузия инноваций, традиционные ремесла, синтез искусств, формообразование, жанр, тибетские украшения

Для цитирования: Круглова М.Г., Червова А.А. Эволюция статуса ювелирных украшений в истории культуры и их роль в межкультурных взаимодействиях // Неофилология. 2022. Т. 8, № 2. С. 401–408. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2022-8-2-401-408>



Материалы статьи доступны по лицензии [Creative Commons Attribution \(«Атрибуция»\) 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) Всемирная



The evolution of the jewelry status in the history of culture and its role in intercultural interactions

Maria G. KRUGLOVA^{1,2} ✉, Albina A. CHERVOVA²

¹Stroganov Moscow State Academy of Design and Applied Arts
9 Volokolamskoye Rte., Moscow 125080, Russian Federation

²Ivanovo State University, Shuya Branch
24 Kooperativnaya St., Shuya 155908, Ivanovo Region, Russian Federation
✉ 7290101@mail.ru

Abstract. It is interesting to consider the evolution of jewelry status in the history of culture and its role in intercultural interactions in the correlation of periods of conceptual social transformations. The purpose of the study is to examine the main cultural approaches to the development process, to identify current trends in the study of cultural diffusions in the context of jewelry art. The motives and functions of jewelry are analyzed, the systematization carried out allows us to determine the place of jewelry in intercultural interactions on the example of ancient Asian cultures (Tibet, Mongolia, small peoples of China), which have significant both material and spiritual heritage and show signs of cultural diffusion, permeability. This civilizational community is imbued with a large amount of influences that have their own patterns: directions and rhythms. The traditional jewelry art of this region demonstrates a variety of technologies and materials with their stylistic continuity, common cultural roots. The study considers a question of the origin of jewelry, which most likely arose simultaneously with the appearance of clothing, costume complex, is an integral part of human civilization, and undoubtedly had a huge impact on its evolution. Conclusion: the identification of markers of cultural diffusion through a comprehensive comparative-typological analysis of genres, materials, and artistic style in the traditional jewelry art of Central Asia, including the small peoples of southern China, Mongolia and Tibet in the modern author's jewelry art of the Stroganov school through the prism of innovations of the shaping of the Russian avant-garde of 1910–1920 just define the main culturological approaches.

Keywords: jewelry art, cultural diffusion, diffusion of innovations, traditional crafts, synthesis of arts, formation, genre, Tibetan jewelry

For citation: Kruglova M.G., Chervova A.A. Evolyutsiya statusa yuvelirnykh ukrasheniy v istorii kul'tury i ikh rol' v mezhekul'turnykh vzaimodeystviyakh [The evolution of the jewelry status in the history of culture and its role in intercultural interactions]. *Neofilologiya – Neophilology*, 2022, vol. 8, no. 2, pp. 401-408. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2022-8-2-401-408> (In Russian, Abstr. in Engl.)



This article is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



ВВЕДЕНИЕ

Эволюцию статуса ювелирных украшений в истории культуры и их роль в межкультурных взаимодействиях интересно рассматривать в соотнесении периодов концептуальных общественных трансформаций, например, андроновской культуры и доисторического «великое переселение» протоиндоарийских элит; начала XX века – время инду-

стриальной революции, начала интеграции и глобализации; нашего времени начала XXI века, переживающего цифровую трансформацию, и древних «закапсулированных» культур, сохранившихся до нашего времени, в частности, малых народов Китая, Тибета, в силу его конвергентного развития, и Монголии.

Л.Н. Гумилёв, создатель одной из самых оригинальных и противоречивых концепций этногенеза скифо-сакской культуры, после-

довавшей за андроновской и срубной, в своей работе «Хунны в Азии и в Европе» писал: «...Перед молодым этносом стоит так много неотложных задач, что силы его находят применение в войне, организации социального строя и развитии хозяйства. Искусство же обычно заимствуется у соседей или у предков, носителей былой культуры распавшегося этноса. Живая струя единой «андроновской» культуры II тыс. до н. э. разделилась на несколько ручьёв и не соединилась никогда... Судьбы древних народов переплетаются столь причудливо, что только предметы искусства (подвиги древних богатырей, кристаллизовавшиеся в камне или металле) дают возможность разобраться в закономерностях этнической истории, но эта последняя позволяет уловить смены традиций, смысл древних сюжетов и эстетические каноны исчезнувших племён...» [1].

ЭВОЛЮЦИЯ СТАТУСА ЮВЕЛИРНЫХ УКРАШЕНИЙ В ИСТОРИИ КУЛЬТУРЫ И ИХ РОЛЬ В МЕЖКУЛЬТУРНЫХ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯХ

Переживая в настоящее время тотальную культурную диффузию, ювелирное искусство региона, рождённое на перекрестках многих культур и впитавшее в себя самые различные влияния, от арийских и скифских на севере до Океании на юге, сформировалось как уникальный пласт декоративно-прикладного искусства. «Художественный металл и ювелирное искусство, в частности, в наибольшей степени, в сравнении с другими ремёслами, отражает характерные особенности тибетской ментальности, основанной на крайностях, то суховато-скрупулёзной и ритмически однообразной (что особенно заметно в орнаментальных композициях), то динамичной, обладающей высокой энергией и эмоциональной интенсивностью. В несколько нарочитом изобилии декора, его настойчивой повторяемости угадываются напряжение и большая потенциальная сила. Возникшие в них вещи из металла отличаются разнообразием и демонстрируют национальный колорит в наиболее чистом виде, соединяя и переплавляя характерные особенности торевики западного и восточного Тибета...» [2, с. 128].

Вопрос возникновения украшений до настоящего времени до конца не изучен. Понятно, что они могли появиться ещё до появления одежды и костюмного комплекса как такового. В числе археологических находок древности достаточно большое количество украшений из раковин, костей и зубов животных. Первое украшение, по всей видимости, являлось трофеем охоты и, одновременно, охранным оберегом. Одни из самых древних украшений (богато украшенная одежда, браслеты и другие украшения из мамонтовой кости) на территории России относятся ко времени верхнего палеолита и были найдены на стоянке Сунгирь Владимирской области.

Прообразом собственно ювелирных украшений можно считать различные способы украшения тела – татуировки или «манки», умащивание и окрашивание, причёски и уход за волосами тела, уродование головы, ног, лишение пальцев и зубов и т. д. Так, в Тибете и у Малых народов Китая сохранились рудиментарные древние способы украшения, такие как татуировка-украшение в форме бабочки на лице у женщин народности дулун и «красное лицо» – древняя добуддистская тибетская традиция раскраски лиц, позже преобразовавшаяся в искусство масок. Трансформация украшений – переход их с тела на автономные носители связан в целом, скорее всего, с изменениями климата.

Конструкции из волос, являющиеся частью головного украшения – характерная черта костюмного комплекса народов региона, сохранившаяся до наших дней, в том числе у народности чёрный мяо в Китае, народности цанга в Южном Тибете и народности халха в Монголии. Они многочисленны и разнообразны, что связано с сохраняющейся семантикой культа головы и волос в традиционной культуре (считается, что волосы передают мудрость и силу рода, заплетание волос в косу символизирует покорность): это парики, наконечники, кисти, подвески из металлических блях, искусственные косы и др.

В Монголии и в северном Китае в период раннего железного века практиковались как прижизненные, так, возможно, и посмертные трепанации. «Прочные нити связывают трепанации с другими способами погружения в пограничные и переходные

состояния – с инициациями и жертвоприношениями, нацеленными на умирание в одном и возрождение в другом качестве» [3, с. 173].

При всех различиях система украшений обладает общими типологическими чертами, говорящими о едином ареале культурной традиции – единой иконографией, символической и орнаментальным строем, использованием идентичных материалов. Интересно, что в регионе распространено явление переплавки украшений: для изготовления новых используются старые. Это происходит, во-первых, из-за выработки традиционных месторождений, а во-вторых, из-за утраты деталей вследствие кочевого образа жизни. Именно поэтому, несмотря на древность технологий обработки драгоценных металлов и традиции, редко можно найти изделия старше 70–80 лет. Такая форма жизни ювелирных украшений приводит к постоянному обновлению и дополнению его мифологического «багажа», способствуя не только сохранению ремесла и культурной традиции, но и обновлению и актуализации ритуально-мифологического комплекса как основы картины мира.

Таким образом, для различных народов Азии авторами выявлены следующие основные типологические особенности украшений.

Для малых народов Китая:

- мотивы раковины-спирали (символ возрождения, используемый в этом значении со времён неолита); зооморфные мотивы – рыб и буйволов, лягушки (тотем, символ плодородия), гаруды-феникса, фазана и петуха, а также разнообразных драконов;
- наиболее часто используемый металл – серебро, а также самоцветы – бирюза и кораллы;
- технологии обработки металла: чеканка, давление, гравировка, литьё;
- гипертрофированно крупные формы (особенно головной убор);
- множество подвесных элементов.

Для народов Монголии:

- зооморфные мотивы и пейзажные элементы (горы, облака, языки пламени, волны), геометрические мотивы – круги, треугольники, ромбы;
- использование гуу-амулетниц (нашейных подвесных «ладанок») разных форм и размеров;

- обильный декор;
- металлы – серебро, железо и медь, а также самоцветы – бирюза и кораллы;
- технологии обработки металла: чеканка, давление, литьё (в меньшей степени).

Для народов Тибета:

- преобладают геометрические мотивы и пейзажные элементы;
- использование гау-амулетниц (нашейных подвесных «ладанок») разных форм и размеров;
- обильный избыточный декор;
- использование бусин дзи и рудракша;
- металлы: золото и серебро, а также самоцветы – янтарь, бирюза и кораллы;
- технологии обработки металла: чеканка, давление, гравировка, литьё;
- гипертрофированно крупные формы;
- полихромия.

Мы выделяем следующие мотивы и функции украшений, относящихся в том числе к культурной памяти:

- охранительный мотив – защита, оберег или источник силы и плодovitости;
- сакральный мотив – выражение верований; при этом отсутствие украшений знаменует начало духовного пути, а их изобилие – символ духовного совершенства;
- эстетический мотив – стремление к красоте и гармонии;
- социальный мотив – система знаков, позволяющая отделить члена одного социального сообщества от другого;
- подношения;
- инвестиционный мотив – мерило ликвидности.

Проведённая систематизация позволяет определить место ювелирных украшений в межкультурных взаимодействиях и отследить процессы культурной диффузии. Все эти функции относятся к общекультурным, мировоззренческим аспектам, которые наиболее устойчивы в социуме.

Возвращаясь к традиционному ювелирному искусству Востока, следует отметить, что границы между древними мега-культурами Азии: китайской, центральноазиатской, восточноазиатской и пр. – демонстрируют признаки культурной диффузии, проницаемы. Исследуемая территория представляет собой огромный массив, по определению

советского геолога В.М. Синицына «...область высоких равнин и нагорий внутренней части материка, окружённых почти сплошным кольцом гигантских хребтов, служащих климаторазделами», и с древних времён носителем великих цивилизаций – монгольской, непальской, индийской и китайской. Центральная Азия ассоциируется до сих пор с населяющими её кочевыми народами и Великим шёлковым путём – основной торговой артерией древности и средних веков» [4]. На протяжении тысячелетий здесь сменялись различные народы и культуры, её исследование как единой территории распространения «людей, вещей и идей» с начала XX века занимают умы учёных всего мира и привели многих авторов к убеждению, что взаимосвязанность экологических процессов непосредственно влияет на ход хозяйственной деятельности человека и на глубинные исторические процессы. «Культурная традиция представляет устойчивую совокупность взаимодействующих элементов материальной и духовной культуры, а также способы передачи информации от поколения к поколению с целью воспроизводства этноса» [5, с. 176, 183; 6]. Средствами межпоколенческой коммуникации выступают культурные традиции: обучение детей ремеслам, ритуалы, этикет, искусство и культура, язык. Топография памятников Андроновской археологической культуры показывает, что путь в Индию через Тибет был известен андроновским пастухам, значит был открыт ещё ранее. Интересно, что изученные памятники Андроновской и срубной культур – праматерей более поздних хуннских культур – «имеют достаточно широкий ареол и охватывают Киргизию (в том числе высокогорные районы Тянь-Шаня и далее), а также Афганистан и Иран, высокогорный Памир, Узбекистан, южный Казахстан, Семиречье и с другой стороны – Закаспий, Туркмению и степную зону Волго-Уралья, – центр синтеза культур» [7, с. 54], и далее, вплоть до берегов Балтики. «Традиционные маршруты соединяли Памир с Тянь-Шанем и Северной Индией» [8, с. 327]. Изученные материалы демонстрируют крайне сложную картину сосуществования нескольких субкультур в андроновский период и их культурную диффузию, развивавшуюся в процессе миграции с

севера на юг и обратно. На сегодняшний день идея миграции с севера получила всеобщее признание, и утвердилось понимание того, что пракультура индоариев, её символика и семантика являются общими от Балтики, Волги и Урала до побережья Индийского океана. По одной из гипотез, выдвинутой российским учёным В.В. Ивановым, «ареал индоиранцев шире территории ямной культуры и совпадает с ареалом коня, в который он включает и Азию. Он также говорит об индо-иранско-финно-угорских связях в названиях металлов, допускает енисейскую или тохарскую, но преимущественно индоиранскую или восточноиранскую протоскифскую атрибуцию Синташты» (см.: [8, с. 334]).

Следует отметить, что в рассмотрении проблем межкультурных взаимодействий культурологи особое внимание уделяют человеческим отношениям, а не отстранённому социологическому созерцанию. Многие утверждают, что понимание Другого невозможно без «вчувствования», которое реально осуществить лишь по аналогии с собственным миром. «Данный ход отечественной культурологической мысли чрезвычайно важен, поскольку не объективирует человека, уважая его внутренний мир, к тому же этот подход толерантен к инаковости и готов искать всеединство, вдохновляя себя всеразличием» [9].

Известно, что русские авангардисты начала XX века искали вдохновение в духовных практиках Азии, изучали геометрические трактаты древности, в том числе античности. Эти теоретические и практические наработки конструктивистов и их последователей используются и в современной практике проектирования ювелирных изделий.

Интерес к Востоку происходил в разных ипостасях: как экзотика в контексте идей Романтизма; как мода на Восток в научной, художественно-артистической и литературной среде рубежа XIX–XX веков; как реализация идей интернационала и интереса к этнографии и археологии в советский период и далее – возрастающий интерес к Востоку после выхода законов о свободе совести и религиозных вероисповеданий; ориентальная волна – религиозный ренессанс 1990-х. В настоящее время, в переживаемый период трансформации, связанный с тотальной циф-

ровизацией всех областей человеческой деятельности, современная мода на ориентализм и восточные ориентации современной жизни отражают стремления человека «назад к природе», созвучные и идеям столетней давности. Так, например, преподаватели кафедры «Художественный металл» Строгановской академии 2016–2021 гг. – известные российские ювелиры Ф. Кузнецов, основатель «пластического конструктивизма»; В. Глынин и другие продолжают традиции конструктивизма 1910–1920 гг. и «вдохновляют работы молодых, транслируя, наряду с лаконичным формотворчеством, присущем Вхутемасу, яркие примеры постмодернистского отражения духа современности, её многогранности и непредсказуемости» [10]. Активное сочетание современных пластиков, нанотканей, наноситала с традиционными драгоценными металлами, камнями и технологиями; работа с масштабом и кинетикой – отличительные черты творчества современной ювелирной молодёжи, с одной стороны, инновационны, а с другой – отсылают нас к ориентальным рецепциям геометрического формообразования на основе их сакрального контекста.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, эволюция статуса ювелирных украшений в истории культуры подтверждает наши выводы о том, что ювелирное искусство является маркером культурной диффузии, что позволяет расширить и углубить существующие культурологические знания. Маркерами культурной диффузии авторы предлагают считать:

- мотивы и функции украшений;

- символику украшений (в том числе геометрические символы, орнамент и стилизацию природных форм, симметрию и асимметрию, символику цвета и света);

- единство иконографии (в том числе природных, зооморфных и бионических мотивов, использование жестов рук и стоп, эпиграфика);

- единство и синтез материалов и технологических приёмов;

- использование мировоззренческих доктрин дихотомии и трихотомии.

Ювелирное искусство, как наиболее инертный вид декоративно-прикладного искусства (это связано со сложностью применяемых технологий и высокой стоимостью материалов), сохранило интересные артефакты, эстетику и стилистику древних идей и образов в наиболее полном виде, которая достаточно актуальна в настоящее время. Ювелирное искусство играет существенную роль и в процессах сохранения культурной памяти человечества, коллективной его памяти, базирующаяся на коллективном мировоззрении как комплексе исторических, национально-этнических и культурных особенностей и взаимодействий, удерживающая единство культуры, воплощённая в объектах материального и нематериального наследия. На любом историческом (диахронном срезе) ювелирные изделия позволяют исследовать маршруты и контакты народов и культур. В частности, при обнаружении ювелирных произведений в археологических раскопках они позволяют изучать процессы взаимодействия культур даже в тех случаях, когда других источников недостаточно.

Список источников

1. Гумилёв Л.Н. Хунны в Азии и в Европе // Вопросы истории. 1989. № 6–7.
2. Неглинская М.А. Шинуазри в Китае: цинский стиль в китайском искусстве периода трёх великих правлений (1662–1795). Изд. 2-е, испр. М.: Федеральное государственное бюджетное учреждение науки Институт востоковедения Российской академии наук (ИВ РАН), 2015. 468 с., ил. (Учёные записки Отдела Китая ИВ РАН. Вып. 16)
3. Медникова М.Б. Трепанации в древнем мире и культ головы. М.: Алетея, 2004. 208 с.
4. Синицын В.М. Центральная Азия. М.: Гос. изд-во географ. лит-ры, 1959. 456 с.
5. Арутюнов С.А. Народы и культуры. Развитие и взаимодействие. М.: Наука, 1989. 247 с.
6. Арутюнов С.А., Чебоксаров Н.Н. Передача информации как механизм существования этносоциальных и биологических групп человечества // Расы и народы. Современные этнические и расовые проблемы. М., 1972. Вып. 2. С. 8-30.

7. Кузьмина Е.Е. Предыстория Великого шёлкового пути: Диалог культур Европа–Азия / отв. ред. Г.М. Бонгард-Левин. М.: Изд-во «КомКнига», 2010. 240 с.
8. Кузьмина Е.Е. Арии – путь на юг. М.: Летний сад, 2008. 558 с.
9. Алексеев-Апраксин А.М. Всеединство и всеразличие // Обсерватория культуры. 2015. № 2. С. 20-23. URL: <https://doi.org/10.25281/2072-3156-2015-0-2-20-23> (дата обращения: 01.02.2022).
10. Круглова М.Г. Синтез искусств // Ассамблея художников, мастеров и ремесленников. 2021. 26 янв. URL: <https://ahmir.ru/news/80-sintez-iskusstv> (дата обращения: 01.02.2022).

References

1. Gumilyov L.N. Khunny v Azii i v Evrope [Xiongnu in Asia and Europe]. *Voprosy istorii* [Historical Questions], 1989, no. 6–7. (In Russian).
2. Neglinskaya M.A. *Shinuazri v Kitaye: tsinskiy stil' v kitayskom iskusstve perioda tryokh velikikh pravleniy (1662–1795)* [Chinoiserie in China: Qing Style in Chinese Art of the Period of the Three Great Reigns (1662–1795)]. Moscow, Institute of Oriental Studies of the Russian Academy of Sciences Publ., 2015, 468 p. (In Russian).
3. Mednikova M.B. *Trepanatsii v drevnem mire i kul't golovy* [Trepanation in the Ancient World and the Cult of the Head]. Moscow, Aletya Publ., 2004, 208 p. (In Russian).
4. Sinitsyn V.M. *Tsentral'naya Aziya* [Central Asia]. Moscow, State Publishing House of geographical literature, 1959, 456 p. (In Russian).
5. Arutyunov S.A. *Narody i kul'tury. Razvitiye i vzaimodeystviye* [Peoples and cultures. Development and interaction]. Moscow, Nauka Publ., 1989, 247 p. (In Russian).
6. Arutyunov S.A., Cheboksarov N.N. *Peredacha informatsii kak mekhanizm sushchestvovaniya etnosotsial'nykh i biologicheskikh grupp chelovechestva* [Information transmission as mechanism of existence of ethno-social and biological groups of mankind]. *Rasy i narody. Sovremennyye etnicheskiye i rasovyye problemy* [Races and Peoples. Modern Ethnic and Racial Problems]. Moscow, 1972, no. 2, pp. 8-30. (In Russian).
7. Kuzmina E.E., Bongard-Levin G.M. (ed.). *Predystoriya Velikogo shyolkovogo puti: Dialog kul'tur Evropa–Aziya* [Prehistory of the Great Silk Road: Dialogue of Cultures Europe–Asia]. Moscow, KomKniga Publ., 2010, 240 p. (In Russian).
8. Kuzmina E.E. *Arii – put' na yug* [The Aryans – the Way to the South]. Moscow, Letniy sad Publ., 2008, 558 p. (In Russian).
9. Alekseyev-Apraksin A.M. *Vseyedinstvo i vserazlichie* [All-Unity and All-Difference]. *Observatoriya kul'tury – Observatory of Culture*, 2015, no. 2, pp. 20-23. (In Russian). Available at: <https://doi.org/10.25281/2072-3156-2015-0-2-20-23> (accessed 01.02.2022).
10. Kruglova M.G. *Sintez iskusstv* [Synthesis of arts]. *Assambleya khudozhnikov, masterov i remeslennikov* [Assembly of Artists, Masters and Craftsmen]. 2021, January 26. (In Russian). Available at: <https://ahmir.ru/news/80-sintez-iskusstv> (accessed 01.02.2022).

Информация об авторах

Круглова Мария Геннадьевна, доцент кафедры «Художественный металл», Московская государственная художественно-промышленная академия им. С.Г. Строганова», г. Москва, Российская Федерация; соискатель, кафедра культурологии и изобразительного искусства, Ивановский государственный университет, Шуйский филиал, г. Шуя, Ивановская обл., Российская Федерация, ORCID: [0000-0002-6343-6181](https://orcid.org/0000-0002-6343-6181), 7290101@mail.ru

Вклад в статью: анализ научной литературы, обработка результатов исследования, написание части текста статьи.

Information about the authors

Maria G. Kruglova, Associate Professor of the “Art Metal” Department, Stroganov Moscow State Academy of Design and Applied Arts, Moscow, Russian Federation; Competitor, Department of Cultural Studies and Fine Arts, Ivanovo State University, Shuya Branch, Shuya, Ivanovo Region, Russian Federation, ORCID: [0000-0002-6343-6181](https://orcid.org/0000-0002-6343-6181), 7290101@mail.ru

Contribution: scientific literature analysis, research results processing, manuscript part drafting.

Червова Альбина Александровна, доктор педагогических наук, профессор, заслуженный работник высшей школы РФ, советник по подготовке кадров высшей квалификации и международной деятельности, Ивановский государственный университет, Шуйский филиал, г. Шуя, Ивановская обл., Российская Федерация, ORCID: [0000-0002-0580-9293](https://orcid.org/0000-0002-0580-9293), innovacia-sgpu@mail.ru

Вклад в статью: разработка дизайна исследования, научное консультирование, обработка и редактирование материала, написание части текста статьи.

Конфликт интересов отсутствует.

Статья поступила в редакцию 13.04.2022
Одобрена после рецензирования 16.05.2022
Принята к публикации 20.05.2022

Albina A. Chervova, Doctor of Pedagogy, Professor, Honored Worker of Higher Education of the Russian Federation, Advisor on Training of Higher Qualification and International Activities, Ivanovo State University, Shuya Branch, Shuya, Ivanovo Region, Russian Federation, ORCID: [0000-0002-0580-9293](https://orcid.org/0000-0002-0580-9293), innovacia-sgpu@mail.ru

Contribution: study design development, scientific consulting, material processing and editing, manuscript part drafting.

There is no conflict of interests.

The article was submitted 13.04.2022
Approved after reviewing 16.05.2022
Accepted for publication 20.05.2022

