

УДК 811.512.1333

ОБЩЕСТВЕННО-ПОЛИТИЧЕСКАЯ ЛЕКСИКА В ИСТОРИЧЕСКИХ ПРОИЗВЕДЕНИЯХ АЛИШЕРА НАВОИ

Д. А. Абдувалиева

Джизакский государственный институт имени А. Кадыри, Джизак, Узбекистан

На функционально-семантическом и историко-этимологическом уровне анализируется общественно-политическая лексика исторических произведений Алишера Навои «Тарихи мулуки Ажам» («История о падишахах Аждама») и «Тарихи анбиё ва хукамо» («История о пророках и мыслителях»).

Ключевые слова: *история узбекского языка, древнетюркский язык, старотюркский язык, староузбекский литературный язык, общественно-политическая лексика, функционально-семантический анализ.*

Значение письменных памятников в изучении истории языка и общества, в определении этапов его развития и формирования безгранично. Так как язык развивается параллельно с историей общества и народа, изменения, происходящие в обществе, находят свое отражение в письменных источниках той или иной эпохи. С этой точки зрения изучение истории лексики языка, с одной стороны, раскрывает пути последовательного развития каждого слова, с другой стороны, оно помогает осветить словарный запас, а также развитие определенных фонетических, морфологических, синтаксических свойств языка конкретного периода. Следовательно, изучение истории лексики в целом важно и для исследования истории языка. Одним из шагов в решении проблем, связанных с языком, историей, культурой определенной эпохи, является обращение к письменным памятникам.

В формировании и развитии узбекского литературного языка значение научного и литературного наследия Алишера Навои неизмеримо.

Вследствие того, что поэтические и прозаические произведения, принадлежащие перу поэта, имеют высочайший уровень в художественном и в идейно-просветительском отношениях, они быстро распространились в ближних и дальних уголках земли и завоевали внимание людей науки.

Интерес к творчеству Навои и изучение языка его произведений имеет долгую историю. На материале его произведений были проведены серьезные исследования в тюркологии, в частности, узбекском языкознании: изданы научные труды, словари, брошюры, ста-

ты, проведены конференции, форумы. Хотя нет возможности перечислить их в отдельности из-за большого объема и размера исследований, посвященных языку произведений поэта, следует отметить весомый вклад, внесенный в навоиведение в трудах А. К. Боровкова, А. М. Щербака, Х. Сулаймонова, П. Шамсиева, А. Хайитметова, Г. Абдурахманова, А. Рустомова, Э. Фазылова, С. Ибрахимова, А. Гулямова, Х. Даниёрова, Ф. Абдуллаева, Б. Бафоева, Э. Умарова, С. Аширбаева, М. Рахматуллаевой, А. Каримова, И. Насырова, З. Хамидова, Н. Хусанова и других.

Фонетические свойства и грамматическая структура языка поэта широко освещены в исследованиях А. М. Щербака [17], Г. Абдурахманова, А. Рустомова [21], Э. Фазылова [35], Б. Бафоева [3], У. Санакулова [14], Ф. Абдуллаева [20], С. Аширбоева [25], Б. Юсуфова [18]. В исследованиях А. Рустомова [33], сопоставляя особенности языка произведений Навои и старинных и авторитетных рукописей, проанализированы важнейшие лингвистические признаки староузбекского литературного языка.

Одной из интереснейших сторон творчества Навои считается его поэтика, творческая манера и художественность, этому аспекту исследования посвятили свои научные размышления М. Шайхзода [30], А. Хайитметов [37], А. Рустомов [32] и Ё. Исхаков.

Язык произведений Навои отличается не только своим фонетическим и грамматическим строением, но и лексико-семантическим, фразеологическим и стилистическим разнообразием. Относительно навоиведения данное поприще считается многоизученным уровнем. Лексемы,

использованные в тексте произведений поэта, определены с точки зрения статистического метода [26], исследованы их лексико-семантические, стилистические, лингвопоэтические свойства [10; 11; 14; 15; 16; 29; 40], проведены изыскания над синонимическим рядом [13; 38] и системой некоторых терминов [8]. В этом направлении важное значение имеют научные труды таких ученых, как А. Каримов [29], Ш. Ёкубов [27], З. Хамидов [16], Ш. Эгамова [39], М. Тожибоева [34].

Все работы, проведенные по изучению языка произведений Алишера Навои, – весомый шаг в успешном изучении этой важной и сложной проблемы. Несмотря на это, их нельзя считать достаточными в толковании лингвистической природы произведений поэта. Ибо язык Навои считается языком эпохи, и все произведения поэта отличаются лингвистическими, поэтическими и стилистическими особенностями, и только в результате отдельного исследования каждого из них можно полностью представить лингвистическую природу произведений не только великого литератора, но и староузбекского литературного языка. Несмотря на то, что созданы монографические исследования языковых особенностей произведений Алишера Навои, лексика произведений «Тарихи анбиё ва хукамо» (1486 г.) [23] и «Тарихи мулуки Ажам» (1486 г.) [22], касающаяся династии Пешадади, Каёни, Ашкони и Сасанидов, правивших Ираном, в узбекском языкознании в монографическом плане до сих пор не изучена. Всесторонняя классификация и анализ системы лексических единиц (их в «Тарихи анбиё ва хукамо» 3112 единиц (вместе с повторными применениями – 26677); в «Тарихи мулуки Ажам» – 2418 (вместе с повторными применениями – 15073)) восполняет и совершенствует в известной степени теоретические знания о своеобразных сторонах словарного запаса узбекского литературного языка XV в. Поэтому в этой статье мы остановились на характеристике общественно-политической лексики, имеющей основополагающее место в словарном запасе исторических произведений, принадлежащих перу Алишера Навои. Особенно многочисленна и активна подобная лексика в «Тарихи мулуки Ажам».

Анализируемые произведения Навои включают в себя лексемы, относящиеся ко многим сторонам общественной жизни. Сто девятнадцать из них мы отнесли к анализируемой нами своеобразной тематической группе «**слова, начинающие чин-положение**».

Из-за того, что «Тарихи мулуки Ажам» дает подробные сведения о правителях четырех великих династий, сыгравших ключевую роль в истории Востока, тематическая группа, отражающая «чин-положение», хорошо представляет эту группу лексики, присущую староузбекскому литературному языку. В ТАХе (сокр. см. ниже) отражена определенная часть таких слов.

Термины «чин-положение» имеют своеобразный этап развития. Процесс их формирования восходит к эпохам усиления неравенства и возникновения социального расслаивания. Особенности формирования и развития терминов «чин-положение» посвящены сочинения Махмуда Кашгари, Г. Дёрфера [19], И. Березина [4], Б. Грекова [6], Л. Будагова [5], Н. Баскакова [2], В. Бартольда [1], В. Радлова [12]. Х. Дадабаев специально исследовал термины, обозначающие различные чины в языке тюркских письменных памятников XI–XIV вв. [7].

Лексические единицы, означающие общественно-политические отношения, можно классифицировать на следующие группы:

1. Лексемы, выражающие название высшего поста, верховного правителя.

В лексике произведений было определено 19 терминов, относящихся к этой группе.

Лексема *nád(u)sháx* [9], заимствованная в тюркские языки из персидско-таджикского языка, в произведениях Навои использована в фонетических вариантах *nádsháx//nodshá* [24]. Термин *nádsháx* [36] в значении «шаха, личности, владеющей саном абсолютного владения в некоторых странах Востока», Навои иногда использует и в переносном значении «Аллах, Бог, Господь». Но в произведениях, которые мы изучаем, термин в последнем значении не встречается.

Заимствованный арабский термин *султáн* задействуется в значении «высший правитель, падишах» [36. Т. 2. С. 584]. Во множественной форме встречается в виде *салáтин* [22. С. 185]. Данный термин был в употреблении в качестве высшего сана великих государств Центральной Азии до монгольского ига. После распада Монгольского государства использовался в качестве сана каждого представителя власти из династии Чингисхана. Данный титул широко и в эпоху правления Тимуридов, восстановивших его прежний статус. В эту эпоху титул *султон* считался настолько почетным, благородным титулом, что был известен в обиходе и с

именем Хусаина Байкара, последнего из Тимуридов [7]. И в тексте «Тарихи мулуки Ажам» мы становимся свидетелями этому: Магарким, Абулғазии Султáн Хусáйн Баҳадирхан ҳаллада áллáху мулкахуға муйассар болдыким, бу навъ иш қылды [22. С. 236]. Понятие высшего поста, высшего чина в тексте произведений выражается и с помощью таких персидских изафетов, как *сáхиби сарир* [22. С. 196], *сáхиби давлат* [22. С. 215], *сáхиби ихтиёр* [22. С. 213].

Если такие термины, как *халифа*, *фиръавн*, *ра́й*, *ҳақан*, *хán*, *қайсар*, *ша́х*, *шаҳаниша́х*, выражающие понятие высокого сана, высшего титула в тексте произведений, объединяются в одну семантическую группу с интегральной семой [31] «абсолютный правитель с неограниченными правами», то дифференциальная сема [31], такая как «глава правления, относящийся к различным нациям и странам», отличается друг от друга. Термин *халифа* [36. Т. 4. С. 379] в значении «религиозный и в то же время мирской глава мусульманского общества и мусульманского государства» в произведениях Навои встречается в значениях: 1. «падишах, халифа»; 2. «преемник». Данный термин применялся по отношению к главам власти в Арабских халифатах и в государствах, входящих в его состав и возникших в результате арабских завоеваний в VII–VIII вв. И в тексте «Тарихи мулуки Ажам» *халифа* употребляются в таком смысле [22]. Термин *фиръавн* [36. Т. 4. С. 349] подчеркнуто означает «почетное имя, высший титул падишахов Древнего Египта» [22. С. 190]. В староузбекском языке значение «властелин Индии» заменено термином *ра́й*. Подчеркнутое значение Навои выразил именно этим термином [22]. Термин *қаган*, используемый в древнетюркском языке [7], в старотюркском и староузбекском языках встречается в форме *хоқон* [7. С. 61] и обозначает «властелина Туркистана» [22. С. 219]. Данный термин автор использовал и в отношении властелина Чины (Восточный Туркестан) [22]. Термин *хан* [36. Т. 4. С. 410] в значении «титул властелинов тюркских и монгольских народов» отмечен как «хан, султан, эмир; титул падишахов Китая и Туркестана». Данный термин Навои применяет и в отношении властелина Дешт-и-Кипчака [22]. Император Византии на Востоке был известен под термином *қайсар* («цезарь»). В последующие эпохи термин *қайсар* использовался и в отношении тюркских султанов. Отмеченный в «Тарихи мулуки Ажам» термин означал властелина Малой Азии (Рума) [22].

Термины *ша́х*/*шах*, *шаҳаниша́х*, *па́дша́х* в произведениях Навои используются в основном в изложении исторических событий о властелинах Персии (Иран).

В старотюркском языке термин *вазир* [9], означающий «визирь, полномочный помощник властелина, советник властелина», в тюркских письменных памятниках XI в. не так активен, но он встречается [7]. В произведениях Алишера Навои он активно употребляется [36] для восточных стран в значении «владелец высшего ранга при дворце падишаха и ханов».

Термин *ҳáким* [36. Т. 5. С. 546] в значении «в Среднеазиатских ханствах чиновник, назначенный для проведения приказов ханов-беков над определенным городом и близлежащим селом» и термин *ва́ли* [24. Т. I. С. 378] в значении «хаким, властелин вилайета», относящиеся к группе слов, означающих высший чин, активно применяется в тексте произведений Навои. Значение «наследник падишаха, наследник трона, потомок падишаха, принц» в тексте произведений выражается терминами *валиаҳд* [22. С. 186], *ва́рис* [22. С. 217], *па́дша́хзада* [22. С. 209].

Персидско-таджикский термин *кадхуда́* [36. Т. 2. С. 292] «глава кента, аксакал села; старец с влиянием на народ», устаревший в современном узбекском литературном языке, в исторических произведениях Навои в фонетических вариантах *кадхудо*/*кадхудо́й* [22. С. 195] применялся в значениях «властелин, шах».

2. Лексемы, означающие понятие ответственного лица для определенной должности.

Термины в таком значении в основном встречается в «Тарихи мулуки Ажам». Было уточнено применение в произведении четырех слов, относящихся к этой группе: тюркских терминов *атка* [22. С. 201] в значении «воспитатель потомка падишаха, царевича» и *энага* [22. С. 201], означающего «женщину, матушку, служащую потомкам, детям падишаха». Эти две личности занимались обслуживанием, воспитанием принцев и принцесс, что считалось очень ответственной работой и должностью.

Арабский термин *қази* [36. Т. 5. С. 322] «исполняющий обязанность судьи на основе шариата; судья, председатель учреждения шариата, назначенный властелином в мусульманских государствах» широко использовался в письменных памятниках XI–XIV вв. [7]. Именно в эту эпоху личность, очень глубоко изучившая Коран, священную книгу ислама, своеобраз-

ную конституцию и законы шариата, религиозную науку, была достойна почетного звания и вела свою деятельность в системе вынесения приговора [7]. В «Тарихи мулуки Ажам» это звание применяется по отношению к Байзовию, одному из муфассиров Корана, жившему в XIII в., его настоящее имя Абдуллах ибн Умар [22]. Исконно тюркский термин *элчи* «посол» активно применялся и в древнетюркских письменных памятниках [9]. В «Тарихи мулуки Ажам» данный термин используется в значении «посол, гонец, вестник» [22. С. 222].

3. Лексемы, означающие людей культуры, искусства и науки.

В изучаемых памятниках использованы одиннадцать лексем, входящих в данную группу. В тексте произведений люди искусства, участвующие в различных праздниках, пиршествах и развлекательных мероприятиях страны, с помощью следующих терминов: *сáзанда* [24. Т. III. С. 86] в значении «музыкант»; *раққас* [24. Т. II. С. 615] в значении «танцор»: *Ва төрт миң үйлүк сөзанда ва гуйанда ва раққас ... Хиндистондын көчүрүб алыб кэлди* [22. С. 220]. Такие арабские термины, как *муганний* «музыкант; певец, чтец» [22. С. 229], *муганния* в значении «девушка-музыкант» [22. С. 229], из их числа. Арабские термины *мусаввир* [36. Т. 2. С. 647] («разработчик различных изображений, творец рисунков») и *наққаш*, означающий «разработчик орнамента, мастер создающий цветок» [36. Т. 3. С. 30], были использованы в тексте «Тарихи мулуки Ажам» по отношению к Мани, знаменитому художнику Востока [22]. Также в тексте произведений использованы несколько арабских заимствований, терминов, означающих людей, владеющих известной наукой. Значение «историки, историковеда, знатоки истории» выражено словами *муаррих* [22. С. 189], а также словосочетаниями *аҳли тарих* [22. С. 204] и *тарих уламасы* [22. С. 185].

Смысл «мудрые, умные, мудрецы, ученые» выражен арабскими терминами *аҳбár* [24. Т. I. С. 169]; «ученые, философы» *хукамá* [24. Т. IV. С. 198; 23. С. 168]. Термин *аҳбár* был использован по отношению к *Сируни* мудрецу, жившему в эпоху господства *Кайхусрава*, а термин *хукамá* по отношению к *Пифагору*, греческому философу, жившему в 571–497 гг. до н. э. Арабский термин *мунажжим*, означающий «астролога, занимающегося предсказанием», отражен в следующем предложении: «манга мунажжимлар хабар бэрибтүрләр»

[22. С. 214]; «Чун бу сөз Намрудга йэтишти, билдиким, мунажжимлар хабар бэргән киши Ибра́хим алайхиссалáмдур» [23. С. 115]. В ТАХе «лицо, занимающееся толкованием снов», выражено с помощью арабского слова *муаббир*, а «вестник свыше, святой, колдун» обозначен словом *ка́хин*: *Ва бу тўш та'биридин муаббирлар билá ка́хинлár áжиз болдылар* [23. С. 125].

4. Лексемы, обозначающие лиц, выполняющих определенную работу, службу.

Было определено то, что термин *хáнсáлар* применялся в значении «главный повар, главный кравчий» в XI в. [7. С. 45]. Данный термин применялся в тексте «Тарихи мулуки Ажам» в значении «главный кравчий, лицо управляющее работой преподношения еды к столу шаха» [24. Т. III. С. 414; 22. С. 232]. Термин *хáжасарáй*, производный от арабского и персидско-таджикских слов, применялся в значении «евнух, сторож гарема» [24. Т. III. С. 405; 22. С. 201].

Значение «мойщик покойников» выражалось с помощью персидско-таджикского термина *гáзур* [24. Т. I. С. 405], а профессия мойщика обозначалась словом «*гáзурлуқ*» [24. Т. I. С. 406], производным от основы «мойщик, обмывальщик покойников» [22. С. 199]. Смысл «должность главы конюхов падишаха, коновод» [24. Т. II. С. 308] передается с помощью термина *мирáхур* [22. С. 208]. Значение «слуги, окуривающего благовонными травами» [24. Т. III. С. 275], в тексте «Тарихи мулуки Ажам» выражается термином *удсўз* [22. С. 230]. Понятие «лицо, занимающееся плесканием воды для предотвращения запыления дорог, когда властитель идет по дороге», выражается термином *саққá* [22. С. 230]. Значение «работник, поденщик, наемник» обозначается термином *муздур* [22. С. 215].

В тексте произведения использованы такие лексемы, обозначающие лиц, выполняющих определенную службу, как *балигчы* «рыбак» [23. С. 167], *сувчы* «водонос» [23. С. 124], *қўйчы* «певец» [23. С. 181], *ҳоди* («проводник») [23. С. 156], *машишота* «мастер, изготавливающий расчески, ювелир; отделочник» [23. С. 148], *фарраш* «подметальщик» [23. С. 159], *нигáхбáн* «надзиратель, страж, постовой» [23. С. 192], *бакáвул* «повар» [23. С. 124].

Толкование слов группы «чины-положения» в текстах исторических произведений Навои проясняет своеобразные свойства адми-

нистративно-управленческой системы средневековых государств Востока, дополняет историю социальной терминологии, позволяет наблюдать изменения, происходящие в тюркской лексике.

Использованные сокращения

АНАТИЛ – Алишер Навоий асарлари тилининг изоҳли луғати, I–IV жилдлар. – Тошкент: Фан, 1983–1985. – I – 1983. – 646 б; II – 1983. – 642 б; III – 1984. – 622 б; IV – 1985. – 636 б.

ДТС – Древнетюркский словарь. – Л., 1969. – 675 с.

ТМА – Алишер Навоий. Тарихи мулуки Ажам. Мукаммал асарлар тўплами. Йигирма томлик. Ўн олтинчи том. – Тошкент, 2000.

ТАХ – Алишер Навоий. Тарихи анбиё ва ҳукамо. Мукаммал асарлар тўплами. Йигирма томлик. Ўн олтинчи том. – Тошкент, 2000.

ЎТИЛ – Ўзбек тилининг изоҳли луғати. 5 жилдли. Тошкент: Ўзбекистон миллий энциклопедияси. 1-жилд, 2006. – 680 б; 2-жилд, 2007. – 688 б; 3-жилд, 2007. – 688 б; 4-жилд, 2008. – 606 б; 5-жилд, 2008. – 592 б.

Список литературы

1. Бартольд, В. В. Церемониал при дворе узбекских ханов / В. В. Бартольд // Сочинения. – М., 1964. – Т. II, ч. II. – С. 657.
2. Баскаков, Н. А. Титулы и звания в социальной структуре бывшего Хивинского ханства / Н. А. Баскаков // Совет. тюркология. – 1989. – № 1. – С. 198.
3. Бафоев, Б. Сложные существительные в лирике Алишера Навои : автореф. дис. ... канд. филол. наук / Б. Бафоев. – Ташкент, 1968. – 20 с.
4. Березин, И. Н. Ханские ярлыки. Тарханные ярлыки Тохтамышша, Тимур Кутлука и Саадет Гирея / И. Н. Березин. – Казань, 1851. – 72 с.
5. Будагов, Л. З. Сравнительный словарь турецко-татарских наречий / Л. З. Будагов. – СПб., 1869, 1871. – Т. 1–2. – 415 с.
6. Греков, Б. Д. Золотая Орда и ее падение / Б. Д. Греков, А. Ю. Якубовский. – М.–Л., 1950. – 479 с.
7. Дадабаев, Х. Общественно-политическая и социально-экономическая терминология в тюркоязычных письменных памятниках / Х. Дадабаев. – Ташкент, 1991. – 64 с.
8. Дадабаев, Х. Проблемы лексики староузбекского языка / Д. Дадабаев, И. Насыров, Н. Хусанов. – Ташкент, 1990. – 212 с.
9. Древнетюркский словарь. – Л., 1969. – 675 с.
10. Мамадов, Х. Лексико-стилистические особенности художественной прозы Алишера Навои : автореф. дис. ... канд. филол. наук. / Х. Мамадов. – Ташкент, 1969. – 20 с.
11. Насыров, И. Лексика «Маджалис ан-нафаис» Алишера Навои : автореф. дис. ... канд. филол. наук / И. Насыров. – Ташкент, 1980. – 20 с.
12. Радлов, В. Опыт словаря тюркских наречий / В. Радлов. – I–IV. – СПб., 1893, 1911.
13. Рахматуллаева, М. К вопросу изучения синонимов в лирике Алишера Навои (на материале «Наводир ан-нихоя») : автореф. дис. ... канд. филол. наук / М. Рахматуллаева. – Ташкент, 1965. – 20 с.
14. Санакулов, У. Исследование языка памятника XV в. «Мухакамат ал-лугатайн» Алишера Навои : автореф. дис. ... канд. филол. наук / У. Санакулов. – Ташкент, 1971. – 20 с.
15. Умаров, Э. Лексико-грамматическая характеристика фразеологизмов «Хазойин ул-маоний» Алишера Навои : автореф. дис. ... канд. филол. наук. / Э. Умаров. – Л., 1968. – 17 с.
16. Хамидов, З. Лексико-семантическое и лингвопоэтическое исследование языка «Лисан ат-тайр» Алишера Навои : автореф. ... дис. канд. филол. наук / З. Хамидов. – Ташкент, 1982. – 20 с.
17. Щербак, А. М. Грамматика староузбекского языка / А. М. Щербак. – М.–Л., 1962. – 274 с.
18. Юсуфов, Б. Местоимения в староузбекском литературном языке (XV–XVI вв.) : автореф. дис. ... канд. филол. наук / Б. Юсуфов. – Ташкент, 1988.
19. Doerfer, G. Turkische und mongolische Elemente im Neuperzischen / G. Doerfer. – Wiesbaden, 1963–1975.
20. Абдуллев, Ф. А. XV аср ўзбек адабий тилининг диалектал масаласи / Ф. А. Абдуллаев // Навоий ва адабий таъсир масалалари. – Тошкент, 1968. – С. 138–257.

21. Абдурахмонов, Ф. Навоий тилининг грамматик хусусиятлари / А. Абдурахмонов, А. Рустамов. – Тошкент, 1984. – 160 с.
22. Алишер Навоий. Асарлар. Ўн беш томлик. Ўн тўртинчи том / Алишер Навоий. – Тошкент, 1967. – 183–238 с.
23. Алишер Навоий. Мукамал асарлар тўплами. Ўн олтинчи том / Алишер Навоий. – Тошкент, 2000. – 260 с.
24. Алишер Навоий асарлари тилининг изоҳли луғати, I-IV жилдлар. – Тошкент, 1983–1985. I – 1983. – 646 б; II – 1983. – 642 б; III – 1984. – 622 б; IV – 1985. – 636 б.
25. Аширбоев, С. Алишер Навоийнинг насрий асарларидаги содда гапларнинг таркибий ва маъно хусусиятлари / С. Аширбоев. – Тошкент, 1990.
26. Бафоев, Б. Навоий асарлари лексикаси / Б. Бафоев. – Тошкент, 1983.
27. Ёқубов, Ш. Навоий асарлари ономастикаси / Ш. Ёқубов. – Тошкент, 1994. – С. 137.
28. Исҳоқов, Ё. Алишер Навоийнинг илк лирикаси / Ё. Исҳоқов. – Тошкент, 1965. – С. 140.
29. Каримов, А. Алишер Навоий «Фарҳод ва Ширин» достони тилининг лексик-семантик ва стилистик хусусиятлари / А. Каримов. – Тошкент, 1973. – 160 с.
30. Мақсуд Шайхзода. Алишер Навоий лирикасининг баъзи бир поэтик усуллари ҳақида / Мақсуд Шайхзода // Ўзбек адабиёти масалалари тўплами. – Тошкент, 1959. – С. 132–148.
31. Миртожиев, М. М. Ўзбек тили семасиологияси / М. М. Миртожиев. – Тошкент, 2010. – 54 б.
32. Рустамов, А. «Сабъаи Сайёр» тилининг бадиий хусусиятлари / А. Рустамов // ТошДУ: Илмий ишлар 240-чиқиши. – Тошкент, 1964. – С. 74–79.
33. Рустамов, А. Алишер Навоий «Маҳбуб ул-қулуб» асарининг баъзи бир грамматик хусусиятлари / А. Рустамов. – Тошкент, 1958. – 248 б.
34. Тожибоева, М. Алишер Навоийнинг «Илк девон»идаги арабча сўзларнинг лексик-семантик талқини / М. Тожибоева. – Тошкент, 2011. – 192 б.
35. Фозилов, Э. И. Қадимги обидалар ва Алишер Навоий тили / Э. И. Фозилов. – Тошкент, 1969. – 88 б.
36. Ўзбек тилининг изоҳли луғати. 5 жилдли. – Тошкент. 1-жилд, 2006. – 680 б; 2-жилд, 2007. – 688 б; 3-жилд, 2007. – 688 б; 4-жилд, 2008. – 606 б; 5-жилд, 2008. – 592 б.
37. Ҳайитметов, А. Навоий лирикаси / А. Ҳайитметов. – Тошкент, 1961. – 235 б.
38. Ҳамидов, З. Алишер Навоийнинг синонимлардан фойдаланиш маҳорати («Сабъаи сайёр» асарлари асосида) / З. Ҳамидов, М. Холбоева. – Тошкент, 2010. – 264 б.
39. Эгамова, Ш. Алишер Навоий асарлари тилидаги қадимги туркий лексика тадқиқи (структур-грамматик, функционал-семантик аспектларда) / Ш. Эгамова. – Тошкент, 2007. – 21 б.
40. Юсуфов, Б. Навоий асарларининг тили ҳақида / Б. Юсуфов // *Til va adabiyot ta'limi*. – Тошкент, 2005. – № 3. – 28–33 б.
41. Юсуфов, Б. Алишер Навоий асарларида энантиосемиялар / Б. Юсуфов // *O'zbek tili va adabiyoti*. – Тошкент, 2011. – № 1. – 33–39 б.

Сведения об авторе

Абдувалиева Дилноза Акромовна – преподаватель кафедры методики преподавания узбекского языка, Джизакский государственный институт имени А. Кадыри. Джизак, Узбекистан.
xurram_t@mail.ru

*Bulletin of Chelyabinsk State University. 2016. No. 13 (395).
Philology Sciences. Issue 104. Pp. 7–15.*

SOCIAL-POLITICAL LEXICON IN HISTORICAL PRODUCTS ALISHER NAVOI

D. A. Abduvalieva

Jizzakh state pedagogical institute named A. Kadyri, Jizzakh, Uzbekistan. xurram_t@mail.ru

Written monuments are especially important in the study of language and society and identifying its stages of development. Because the language associated with the history of the society and the nation

will continue to develop, the changes that have occurred in society are reflected in the written sources of that time. For this purpose, this article is based on the career expressions, which hold a special place in the vocabulary of the historical works «Tarikhi muluki Ajam» («History of Ajam») and «Tarikhi Anbiyo va hukamo» («History of the prophets and sages») by Alisher Navoi. The lexis of «History of Ajam» is characterized by the activity and the number of such quantitative terms.

Lexical units the meaning political relations is classified dividing on the following groups: the lexicons in the top position, representing the highest career; the lexicons representing the concept of the person responsible for the task; lexicons, indicating the name of the people of art, culture, and science; lexicons, expressing persons carrying out the certain service.

In clause are comprehensively analyzed used in historical products Alisher Navoi social-political lexicon on functional-semantic and historical-etymological a level. At a spelling of clause the terminological device functioning in Uzbek historical lexicology is used.

Keywords: *the history of the Uzbek language, the ancient Turkish language, the old Turkish language, the old Uzbek literary language, social-political vocabulary, functional-semantic analysis.*

References

1. Bartold V.V. Cerimonial pri dwore uezbekskix xanow [In ceremonial at yard Uzbek Khans]. *Sochineniya* [Word], vol. II, ch. II. Moscow, 1964. 675 p. (In Russ.).
2. Baskakov N.A. Tituly i zwaniya v social'noy structure bywshego Xiwinskogo xanstwa [Titles and title in social structure former Khiva Khans]. *Sovetskaja tjurkologija* [Soviet Turkology], 1989, no. 1. P. 198. (In Russ.).
3. Bafoev B. *Slozhnye suchestvitel'nye v lirike Alishera Navai* [Compound nouns in the poems of Alisher Navai]. Tashkent, 1968. 20 p. (In Russ.).
4. Berezin I.N. *Xanskie yarliki. Tarxannye yarliki Toxtamysha, Timur Kutluka I Saadet Gireya* [Khan's label. Tarkhan labels of Tokhtamish, Timur Kutluk and Saadet Gireya]. Kazan, 1851. 72 p. (In Russ.).
5. Budagov L.Z. *Srawnitel'nyy slowar turecko-tatarskix narechiy* [Comparative dictionary Turkish-Tatar dialect], no. 1–2. Saint Petersburg, 1869, 1871. 415 p. (In Russ.).
6. Grekov B.D., Yakubovskiy A.Yu. *Zolotaya Orda i yeye padeniye* [Gold horde and her fall]. Moscow-Leningrad, 1950. 479 p. (In Russ.).
7. Dadabayev X. *Obchestvenno-politicheskaya i social'no-ekonomicheskaya terminologiya v tyurkoyazychnyx pismennyx pamyatnikax XI–XIV vv.* [Public-political and socially-economically terminology Turkic-speaking written monuments XI–XIV cen.]. Tashkent, 1991. 186 p. (In Russ.).
8. Dadabayev X., Nasirov I., Xusanov N. *Problemy leksiki starouzbekskogo yazyka* [Problems vocabulary the Old Uzbek language]. Tashkent, 1990. 212 p. (In Russ.).
9. *Drevnyetyurkskiy slovar'* [Old Turkic dictionary]. Leningrad, 1969. 675 p. (In Russ.).
10. Mamadov X. *Leksiko-stilisticheskie osobennosti hudojestvennoy prozy Alishera Navoi* [Vocabulary-stylistic feature artistic proses of Alisher Navai]. Tashkent, 1969. 20 p. (In Russ.).
11. Nasirov I. *Leksika «Madjalis an nafais» Alishera Navoi* [Vocabulary «Madjalis an-nafais» of Alisher Navai]. Tashkent, 1980. 20 p. (In Russ.).
12. Radlov V. *Opyt slovarya tyurkskix narechiy* [Experience dictionary of Turkic adverbs]. Saint Petersburg, 1893, 1911. 308 p. (In Russ.).
13. Raxmatullayeva M. *K voprosu izucheniya sinonimov v lirike Alishera Navoi (na materiale «Navadir an nihoya»)* [The issue of study synonyms in poems of Alisher Navai (materials in «Navadir an-nihoya»)]. Tashkent, 1965. 20 p. (In Russ.).
14. Sanaqulov U. *Issledovanie yazyka pamyatnika XV v. «Muhakamat ul-lug'atayn» Alishera Navoi* [Investigation of the language memories XV c. «Muhakamat ul-lug'atayn» of Alisher Navai]. Tashkent, 1971. 20 p. (In Russ.).
15. Umarov E. *Leksiko-grammaticheskaya harakteristka frazeologizmov «Xazoin ul-maoiniy» Alishera Navoi* [Vocabulary-grammatik character phraseological units in «Xazoin ul-maoiniy» of Alisher Navai]. Tashkent, 1968. 17 p. (In Russ.).

16. Xamidov Z. *Leksiko-semanticheskoye i lingvopoeticheskoye issledovanie yazyka «Lisan ut-tayr» Alishera Navai* [Vocabulary semantically and linguapoetically investigation of the language «Lisan ut-tayr» of Alisher Navai]. Tashkent, 1982. 20 p. (In Russ.).
17. Sherbak A.M. *Grammatika starouzbekskogo yazyka* [Grammar of the Old Uzbek language]. Moscow-Leningrad, 1962. 274 p. (In Russ.).
18. Yusufov B. *Mestoimeniya v starouzbekskom literaturnom yazyke (XV–XVI vv.)* [Pronouns of the Old Uzbek literature language (XV–XVI cc)]. Tashkent, 1988. Pp. 14–19. (In Russ.).
19. Doerfer G. *Turkische und mongolische Elemente im Neuperzischen*. Wisbaden, 1963–1975. Bd. I–IV. 367 p.
20. Abdullayev F.A. XV asr uzbek adabiy tilining dialektal masalasi [The issue of dialectal uzbek literary language in XV c. Navai and the issue of literary effect]. *Navoiy va adabiy ta'sir masalalari*. Tashkent, 1968. Pp. 138–257. (In Uzbek).
21. Abdurahmonov G., Rustamov A. A. *Navoiy tilining grammatik xususiyatlari* [Grammar peculiarities of A Navai language]. Tashkent, 1984. 160 p. (In Uzbek).
22. Alisher Navai. *Asarlar* Un besh tomlik. Un turtinchi tom. Works. Fifteen volumes. The fourteenth volume. Fan. Tashkent, 1967. 183–238 p. (In Uzbek).
23. Alisher Navai. *Mukammal asarlar tuplami. Un oltinchi tom*. The collections of completely finished works. The sixteenth volume. Tashkent, 2000. Pp. 99–260. (In Uzbek).
24. *Alisher Navoiy asarlaru tilining izohli lugati* [The Explanatory vocabulary of Alisher Navai's works language], I–IV vol. Tashkent, 1983–1985. (In Uzbek).
25. Ashirboyev S. *Alisher Navoiyning nasriy asarlaridagi sodda gaplarning tarkibiy va ma'no xususiyatlari* [The compound and meaning peculiarities of Alisher Navai's prose works in the simple sentences]. Tashkent, 1990. 20 p. (In Uzbek).
26. Bafoyev B. *Alisher Navoiy asarlari leksikasi* [Lexics of Navai's works]. Tashkent, 1983. 157 p. (In Uzbek).
27. Yoqubov Sh. *Navoiy asarlari onomastikasi* [Onomastics of Navai's works]. Tashkent, 1994. 137 p. (In Uzbek).
28. Iskhokov Y. *Alisher Navoiyning ilk lirikasi* [The first lyrics of Alisher Navai]. Tashkent, 1965. 140 p. (In Uzbek).
29. Karimov A. *Alisher Navoiy «Farhod va Shirin» dostoni tilining leksik-semantik va stilistik xususiyatlari* [The lexical-semantic and stylistic peculiarities in «Farhad and Shirin» poem language of Alisher Navai]. Tashkent, 1973. 160 p. (In Uzbek).
30. Maqsd Shayhzoda. *Alisher Navoiy lirikasining ba'zi bir poetic usullari haqida* [About some poetic ways of Alisher Navai's lyrics]. *Uzbek adabiyoti masalalari tuplami* [Collections of Uzbek literature issues]. Tashkent, 1959. Pp. 132–148. (In Uzbek).
31. Mirtojdiyev M.M. *Uzbek tili semasiologiyasi* [Semasiology of the uzbek language]. Tashkent, 2010. 54 p. (In Uzbek).
32. Rustamov A. «Sab'ai sayyor» tilining badiiy xususiyatlari [The fiction peculiarities of the language «Sabai Sayyor»]. *ToshDU. 240-outline of the scientific work*. Tashkent, 1964. Pp. 74–79. (In Uzbek).
33. Rustamov A. *Alisher Navoiy «Mahbub ul qulub» asarining ba'zi bir Grammatik xususiyatlari* [Some grammatical peculiarities in the work «Mahbub ul-qulub» of Alisher Navai]. Tashkent, 1958. 248 p.
34. Tojiboyeva M. *Alisher Navoiyning «Ilk devon»idagi arabcha suzlarning leksik-semantik talqini* [The lexical-semantical interpretation in Arabic words of «The first devan» of Alisher Navai]. Tashkent, 2011. 192 p. (In Uzbek).
35. Fozilov E.I. *Qadimgi obidalar va Alisher Navoiy tili* [Ancient buildings and Alisher Navai's language]. Tashkent, 1969. 88 p. (In Uzbek).
36. *Uzbek tilining izohli lug'ati* [Explanation Vocabulary of the Uzbek language]. Tashkent. vol. 1, 2006. 680 p.; vol. 2, 2007. 688 p.; vol. 3, 2007. 688 p.; vol. 4, 2008. 606 p.; vol. 5, 2008. 592 p. (In Uzbek).
37. Hayitmetov A. *Navoiy lirikasi* [Lyrics of Navai]. Tashkent, 1961. 235 p. (In Uzbek).
38. Hamidov Z., Kholboyeva M. *Alisher Navoiyning sinonimlardan foydalanish mahorati* [Proficiency using synonyms of Alisher Navai]. Tashkent, 2010. 264 p. (In Uzbek).
39. Egamova Sh. *Alisher Navoiy asarlari tilidagi qadimgi turkey leksika tadqiqi* (struktur-grammatik,

funksional-semantik aspektlarda) [The ancient Turkish lexical research in Alisher Navai's works language (In the Structural-grammatical, functional-semantical aspects)]. Tashkent, 2007. 21 p. (In Uzbek).

40. Yusufov B. Navoiy asarlarining tili haqida [About the language of Navai's work]. *Til va adabiyot ta'limi* [Education language and literature]. Tashkent, 2005, no. 3. Pp. 28–33. (In Uzbek).

41. Yusufov B. Alisher Navoiy asarlarida enantiosemiyalar [Enantiosemas in Alisher Navai's work]. *Uzbek tili va adabiyoti* [Uzbek language and literature]. Tashkent, 2011, no. 1. Pp. 33–39. (In Uzbek).

УДК 811.11 + 811.13 + 811.16
ББК 81.2/81.7

ГРАФИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА КАК ЭЛЕМЕНТ ЯЗЫКОВОЙ ИГРЫ

Е. М. Александрова

*Российская академия народного хозяйства и государственной службы
при Президенте Российской Федерации, Москва, Россия*

Статья посвящена изучению языковой игры, основанной на использовании графических средств в русской, английской и французской традициях. Исследование проводится на материале текстов жанра анекдота. Выявляются основные модели языковой игры с использованием графических средств. Определяются сходные черты и отличия в использовании букв и цифр при создании языковой игры в разнотипных языках. Исследуется влияние особенностей русского, английского и французского языков на специфику создания языковой игры.

Ключевые слова: *языковая игра, анекдот, графические средства, буква, цифра, графема.*

Для создания языковой игры в жанре анекдота используются различные механизмы создания комического, а также разнообразные языковые средства, в том числе графические.

Исследование, проведенное на материале более полутора тысяч текстов анекдотов на русском, английском и французском языках, взятых в равном количественном соотношении, показало, что случаи использования графических средств для создания языковой игры представлены в каждой из рассматриваемых традиций.

Следует отметить, что на фоне других способов создания языковой игры графика выглядит механизмом со сравнительно небольшим потенциалом. В большей степени данный тип языковой игры характерен для английской традиции, где он представлен в 7,7 % случаев. Во французской (2,9 %) и в русской (2,4 %) традициях обыгрывание графики для создания комического эффекта используется значительно реже.

В рамках данной работы в качестве графических средств в широком понимании рассматриваются буквы, знаки препинания, цифры, математические значки, различные приемы сокращения слов, использование пробелов между словами, прописных букв, отступов, всевозможных подчеркиваний, шрифтовых выделений, а также надстрочные и подстрочные выделения, символы.

Далеко не все вышеперечисленные графические средства становятся основой создания языковой игры, большая часть вышеуказанных средств используется как часть оформления

текста или для передачи просодических особенностей.

В ходе исследования было выявлено, что при создании языковой игры, как правило, задействуются буквы и цифры.

Буквы становятся элементом языковой игры в 74 % случаев использования графических средств. Основой языковой игры с использованием букв является двусмысленность, основанная на графическом или фонетическом сходстве или аналогии графем и других элементов языка.

Для создания языковой игры используются как отдельно взятые графемы, так и группы графем, состоящие из двух или трех, реже четырех единиц.

Языковая игра с использованием **букв** распространена в каждой из рассматриваемых традиций и, как правило, представлена следующими моделями: **графема** – графема / сегмент слова / слово / группа слов; **группа графем** – группа графем / сегмент слова / слово / группа слов.

Модель **графема** – графема, как правило, используется для обыгрывания сходства внешней формы графем. Приведем примеры, найденные в английской традиции, в которых обыгрывается графическое сходство английских букв:

*What did **P** say to **R**? / How long did it take your to grow your beard?*

*What did **Z** say to **N**? / Stop lying down on the job.*

*What did **D** say to **B**? / Nice belt.*

Подобные случаи могут быть представлены и во французской традиции, так как во фран-

цузском языке также используется латинский алфавит.

В следующем русском анекдоте обыгрывается графическое сходство буквы «о» и элементов Олимпийской эмблемы: *Леонид Ильич читает речь на открытии Олимпийских игр: О-О-О-О-О. Леонид Ильич, – говорят ему, – это кольца Олимпийские, речь ниже.*

Особый интерес вызывает модель *графема – сегмент слова*, когда графемы используются изолированно и в составе слова.

В следующем примере «toc-toc»-анекдота на французском языке обыгрывается сходство звучания согласной «S» и сегмента слова *escargot*:

- *Toc, Toc, Toc.*
- *Qui est là?*
- *S.*
- *S qui ?*
- *Escargot!*

В английских анекдотах-загадках языковая игра строится на обыгрывании сходства звучания графемы *T*, выступающей в роли отдельно взятой согласной буквы и сегмента слов *teapot, Tuesday, Thursday, today, tomorrow*:

Q: What begins with T, ends with T and has T (tea) in it? / A: A teapot.

Q: What two days of the week start with the letter “T”? / A: Tuesday and Thursday? NO, today and tomorrow!

Пример обыгрывания графемы «T» был найден во французской традиции: *Sans T n'est pas santé car maladie est sans T.*

Следует отметить, что подобные случаи характеризуют прежде всего английскую традицию:

What comes once in a minute, twice in a moment but not once in a thousand years? / M.

Why is the letter “T” like an island? / Because it is in the middle of water.

In what way can the letter “A” help a deaf lady? / It can make “her” “hear”.

Which is the loudest vowel? / The letter “I”. It is always in the midst of noise.

In what way are the letter “A” and “noon” alike? / Both of them are in the middle of the “day”.

Why is “U” the happiest letter? / Because it is in the middle of “fun”.

What is the end of everything? / The letter “g”.

What do you call a bear without an “ear”? / B.

What do you call a fish with no eyes? / Fsh (No letter “i”, so no i's) и так далее.

Модель *графема – слово* получает наиболее широкое распространение также в английской традиции. Приведем пример:

The father of the celebrated Sheridan was one day descanting on the pedigree of his family, regretting that they were no longer styled O'Sheridan, as they were formerly.

“Indeed, father,” replied Sheridan, then a boy, “we have more right to the O than anyone else; for we owe everybody”.

В основе комического эффекта данного анекдота лежит аналогия звучания буквы английского алфавита «o» и глагола *owe* [əu].

Аналогичным образом обыгрывается одинаковое звучание местоимения *I* (1 л. ед. ч.) и названия 9-й буквы английского алфавита *I*: *“Don't say ‘I is,’ say ‘I am,’” the teacher corrected. “If you say so,” Pepito replied, “I am the ninth letter of the alphabet”.*

Существует целая серия анекдотов, в которых обыгрывается сходство звучания букв и односложных слов английского языка:

Q: What letter is always wet? / A: C! (sea).

Q: What letter of the alphabet is an insect? / A: B. (bee).

Q: What letter is a part of the head? / A: I. (eye).

Q: What letter is a drink? / A: T. (tea).

Q: What letter is a body of water? / A: C. (sea).

Q: What letter is a pronoun like “you” (U)? / A: I.

Q: What letter is a vegetable? / A: P. (pea).

Q: What letter is an exclamation? / A: O. (oh!).

Q: What letter is a European bird? / A: J. (Jay).

Q: What letter is looking for causes? / A: Y. (why).

Q: What letter can do the work in one day that you can do in two days? / A: W (Double u – Double you) и так далее.

Распространенность данного типа языковой игры именно в английской традиции обусловлена тем фактом, что алфавитное название большинства английских букв соответствует произношению совершенно определенных английских слов. Данная особенность, пусть в меньшей степени, присуща и французскому языку (см., напр., *S qui? / S (est) ce que tu te prends pour un imbécile?*), но совершенно не характерна для русского.

«Названиями большинства букв русского алфавита также изначально были знаменательные слова (аз, буки, веди и т. п.), начинающиеся с соответствующего звука, подобно буквам греческого алфавита. В начале XX в. этот принцип названия букв был полностью вытеснен принципом названия по обозначаемому звуку (а, бэ, вэ), подобно латинскому алфавиту», – отмечает М. Нидерман [1. С. 16].

В русском языке буква, как правило, обозначается одним или двумя звуками, за исключением гласных букв «а», «и», «о», «у», «я», которые в алфавите звучат так же, как союзы, предлоги или местоимения, что позволяет использовать их для создания языковой игры.

В ходе исследования был найден только один пример в русской традиции: «Только в русском языке можно составить предложение из трех букв: Э, а я?».

Особый интерес представляют собой случаи использования модели **графема – сегмент слова – слово**. В следующем примере обыгрывается аналогия звучания названия английской гласной *U*, используемой в языковой игре изолированно, в составе существительных *aunt, uncle, cousin*, а также для обозначения местоимения *you*: *Q: What relatives are dependent on «you»? / A: Aunt, uncle, cousin. They all need «U».*

Модель **графема – группа слов** распространена во французской традиции “топ-топ”-анекдотов:

G qui ? / G (j'ai) bien envie de te chatouiller!

C qui ? / C (c'est) donc dommage que les fins de semaine passent si vite!

В первом примере обыгрывается сходство звучания названия буквы *G* [ʒe] и словосочетания *j'ai* (я имею), во втором сходство звучания названия буквы *C* [se] и словосочетания *c'est* (это есть).

Случаи обыгрывания **групп графем** встречаются значительно реже, чем случаи обыгрывания одной графемы.

Основой языковой игры следующего анекдота является внешнее сходство двух групп графем, осложненное **буквенно-цифровой контаминацией**:

А вот интересно Зоценко – это 30 щенков, а Оищенко... сколько будет щенков?

В данном примере обыгрывается графическое сходство числа **30** и морфемы *зо*, а также совпадение звучания сегментов антропонима **Оищенко** и существительного **щенков** (мн. ч., Р. п.).

Модель **группа графем – сегмент слова** представлена в следующем французском анекдоте:

Abeille qui? / A, B, C, D, E, F, G, H, I, J...

В данном примере языковая игра строится на аналогии звучания букв *A* [a] и *B* [be] и сегмента существительного *abeille* [abej] (пчела).

Модель **группа графем – слово** в большей степени характеризует английскую традицию. Приведем примеры:

Which three letters of the alphabet make everything in the world move? / NRG (energy)!

В основе языковой игры в вышеприведенном анекдоте лежит слитное прочтение названий букв *N* [en], *R* [ɑ:], *G* [dʒi:], имеющее сходство звучания с существительным *energy* ['enədʒi].

Which two letters are always jealous? / N-V! (never).

Существует русский анекдот, в котором комический эффект строится на графическом и фонетическом сходстве инициалов **А. С.** (Александр Сергеевич) и существительного **ас** (летчик высшего класса):

Василий Иванович:

– *Петька, что за книгу читаешь?*

Петька:

– *Про летчика, «Ас Пушкин» называется.*

Василий Иванович:

– *А кто написал?*

Петька:

– *Да еврей какой-то, Учпедгиз.*

В ходе исследования в английской традиции были найдены примеры, в которых обыгрывается сходство звучания **группы графем** и **аббревиатуры**: *What did A and B get in the music store? / A CD!*

В данном случае обыгрывается аббревиатура **CD**, образованная от словосочетания *compact disc* (компакт-диск).

Группа графем – группа слов.

Группа графем может быть прочитана как сочетание слов. Приведем пример, найденный в русской традиции:

Только в русском языке можно составить вопрос из пяти подряд стоящих букв алфавита: где ёж?

В основе создания языковой игры следующего анекдота лежит сходство звучания названий букв, входящих в аббревиатуру **O.I.C.U.**, имеющую несколько денотатов (*Oklahoma Independent Colleges and Universities, Oncology Intensive Care Unit, Orthopedic Intensive Care Unit, Oxford International Credit Union* и так далее) и словосочетания *Oh, I see you*:

Q: What four letters frighten a thief? / A: O.I.C.U. (Oh, I see you!).

К языковой игре с использованием графем следует отнести **палиндромы** – слова, одинаково читающиеся в обоих направлениях:

What is palindrome child's word for father? / It can be dad or Pop.

What palindrome word means a practical joke? / Gag.

Palindrome word for ancient king? / Tut.

Особый интерес представляют случаи прочтения слова сначала и с конца. Приведем английский пример:

When you're stressed, you eat ice cream, cake, chocolate, and sweets. Why? Because stressed spelled backwards is desserts.

Во французской традиции был найден аналогичный пример:

Une chorale répète pour la messe de minuit du 24 décembre. L'ensemble est presque parfait, mais le curé de la paroisse décèle quelque chose d'anormal dans le cœur net, il demande à chacun des membres de la chorale de chanter seul. Vient le tour du jeune Dugommeau, connu pour avoir l'esprit un peu lent.

– **Léon! Léon!** commence-t-il à chanter.

– *Stop! fait le prêtre. C'est bien ce que je pensais: tu tiens ton livre de chant à l'inverse. Les paroles, c'est: «Noël, Noël»...*

В ходе анализа полученных результатов было выявлено, что русская, английская и французская традиции использования графических средств для создания языковой игры имеют как сходные черты, так и отличия.

Аналогичные примеры обыгрывания графических особенностей букв представлены в английских и французских анекдотах, что связано с использованием латинского алфавита в английском и французском языках.

Распространению языковой игры с использованием графических символов (букв и цифр) в английских анекдотах способствует тот факт, что алфавитное название большинства английских букв соответствует произношению совершенно определенных английских слов, которые могут быть не только союзами, предлогами или местоимениями, но и существительными или глаголами. Данная особенность обусловлена распространенностью односложных слов, а также тем фактом, что название буквы в английском языке не имеет сходства с обозначаемым ей звуком, один и тот же звук может быть выражен по-разному.

Буква русского алфавита характеризуется большим сходством с обозначаемым ею звуком по сравнению с буквой английского или французского алфавита, что не способствует созданию языковой игры.

Обыгрывание сходства звучания названий букв и словосочетаний свойственно только французской анекдотической традиции, что обусловлено многообразием аналитических конструкций, а также особенностями синтак-

сической фонетики французского языка, а именно явлениями сцепления и связывания.

Цифры используются для создания языковой игры значительно реже, чем буквы (25 %). Игра с цифрами представлена следующими моделями: графема – графема, графема – слово, графема – словосочетание.

Модель графема – графема используется в следующем русском анекдоте, где обыгрывается графическое сходство цифр «9» и «6»:

На причале сидит мужик с мегафоном и монотонно повторяет:

– *Лодка номер «9», ваше время истекло.*

Возвращайтесь. Лодка... Подходит малыш:

– *Дядя, у тебя на станции всего семь лодок.*

Откуда взялась «9»?

Мужик монотонно в мегафон:

– *Лодка номер «6», что у Вас случилось?*

Похожий анекдот был найден в английской традиции:

At the boating lake, Jim's boss went off for lunch. He told Jim, keep an eye on the boats and make sure they come back in after 2 hours. Each boat had a number painted on the hull. After a couple of hours all boats were back except one that was way out on the lake. So Jim got the megaphone and called out: Number 9 please come in, your time is up! No reply. At that moment his boss came back. How are things, Jim? OK, but number 9 has not come back yet. The boss looked puzzled. Jim, we only have 8 boats. Jim picked up the megaphone again: Number 6, are you in trouble?

Аналогичные примеры обыгрывания графической формы цифр «0» и «8» были найдены в анекдотах на английском и французском языках:

(англ.) Q: What did 0 say to 8? / A: Nice belt. (The 8 looks like a 0 with a belt around its waist).

(фран.) Que dit le 0 au 8? / Tiens! tu as mis ta ceinture...

Существование одинаковых анекдотов в различных культурах обусловлено универсальностью обыгрываемых графем, а именно арабских цифр и их особенностей.

Графема – слово.

Названия некоторых арабских цифр соответствуют произношению совершенно определенных слов, данная особенность присуща как английскому, так и французскому и русскому языкам. Приведем пример, найденный в английской традиции:

Two scientists walk into a bar...The first one says "I'll have some H2O." The second says "I'll have some H2O too". Then he dies.

В данном анекдоте обыгрывается аналогия звучания английского числительного *two* [tu:] (два) и наречия *too* [tu:] (тоже), что приводит к неправильному пониманию просьбы персонажем анекдота: *H2O* (воды) *too* (тоже) он интерпретирует как *H2O2* (перекись водорода).

В ходе исследования были найдены разные варианты использования числительного *two* в языковой игре:

Q: "There were some twins. One was twenty, the other was **twenty 2**. One married the other. How can be this?" / A: "One was twenty, the other **twenty too**. One was a priest so he married the other".

Q: *Why can't a bicycle stand on its own?* / A: *Because it's **two-tired** (too tired).*

Числительное *eight* [eit] (восемь), имеющее аналогию звучания с глаголом *ate* [eit] (Past Simple гл. *eat*), используется в следующем примере: *Why is number six afraid?* / *Because seven **eight nine** (seven ate nine).*

Аналогия звучания числительного *sept* [sɛt] (семь) и существительного *set* [sɛt] (игра, сет) обыгрывается во французском анекдоте:

– *Connaissez-vous le numéro de téléphone d'Amélie Mauresmo?*

– *C'est le 3-7-6-0-6-0-6-0. (sept/sets).*

Во французской традиции также существуют анекдоты, в которых обыгрывается сходство звучания числительных 8 (*huit*) и 9 (*neuf*) со звуками, издаваемыми свиньей, а также сходство звучания числительного 16 (*seize*) и глагола *cesser* – прекращать, останавливать во 2 л. ед. ч. (*cesses*): *16 qui? / 16 (cesses) de faire le fou!*

В русской традиции представлен анекдот-загадка, основанный на сходстве звучания числительного *три* (3) и глагола *три* от *тереть* (2 л., ед. ч., пов. накл.):

– *Мама, сколько будет: 3+3+3+3+3+3?*

– 18.

– *Нет, дырка.*

Модель *графема – группа слов*, как и в случае с использованием букв, характеризует прежде всего французскую традицию, где распространены краткие аналитические формы и явления сцепления и связывания: *7 qui? / 7 en forgeant qu'on devient forgeron!*

В вышеприведенном примере аналогичное звучание числительного 7 (*sept*) и словосочетания *c'est* (в пословице *c'est en forgeant qu'on devient forgeron* – дело мастера боится) приводит к возникновению двусмысленности.

В ходе исследования были найдены случаи использования *групп цифр* для создания языковой игры.

Модель *группа графем – группа графем* представлена в следующем французском примере, где определенная последовательность цифр вызывает ложные ассоциации:

Un couple de touristes américains visite le Louvre et passe devant une momie entourée de bandelettes. Dis-moi, darling, fait l'Américaine. Que veut dire cette inscription: «954 AV JC» Son mari y jette un coup d'oeil distrait puis répond: C'est sans doute le numéro de la voiture qui a renversé ce pauvre type...

В данном анекдоте сочетание цифр **954** и аббревиатуры **av J.-C.** [avzise] (*avant Jésus-Christ*), означающее 954 г. до Рождества Христова или до нашей эры, вызывает у персонажа анекдота ассоциацию с автомобильным номером.

Приведем анекдот, найденный в русской традиции:

Что такое: 90-60-90? / Проезд на машине по городу мимо поста ГАИ!

В основе комического эффекта данного анекдота лежит неправильная интерпретация эталона 90-60-90, применяемого в модельном бизнесе (по подобию размеров манекена), как показаний спидометра при снижении скорости у поста ГАИ.

Для создания языковой игры могут использоваться как арабские, так и римские цифры. Как правило, в анекдотах обыгрывается последовательность из нескольких римских цифр и их графическое сходство с некоторыми буквами алфавита.

Модель *группа графем – слово* становится основой языковой игры в следующем анекдоте, где обыгрывается графическое сходство римских цифр и букв русского алфавита:

Л. И. Брежнев выходит на трибуну, разворачивает бумажку, пытается прочитать текст. Чует – что-то не так, пробует поновой. Опять не то. Тут Косыгин говорит Андропову:

– *Да что там у него такое?*

– *Безнадега. Там римские цифры – 17 съезд (XVII).*

Графическое и фонетическое сходство числительных и слов свойственно как английскому, так и русскому и французскому языкам, что активно используется при создании языковой игры в текстах жанра анекдота.

Проведенное исследование позволило сделать некоторые выводы.

К графическим механизмам создания языковой игры можно отнести обыгрывание гра-

фического сходства и аналогии графем, а также фонетического сходства и аналогии графем и групп графем с сегментами слов, словами и словосочетаниями.

Наибольшее распространение в текстах жанра анекдота получает языковая игра с использованием букв и цифр.

Использование латинского алфавита в английском и французском языках способствует появлению аналогичных примеров, в которых обыгрывается форма графем.

Особенности порождения языковой игры в русской, английской и французской традициях

во многом определяются спецификой языковых систем.

Наибольшее влияние на характер языковой игры с использованием графических средств оказывает взаимосвязь названия буквы и обозначаемых ей звуков. Чем больше сходство буквы и обозначаемого ей звука, тем меньше возможностей для создания языковой игры.

Графическое сходство некоторых букв кириллицы и арабских цифр используется для создания языковой игры в русской традиции.

Список литературы

1. Нидерман, М. Историческая фонетика латинского языка / М. Нидерман. – М., 1949. – 192 с.

Сведения об авторе

Александрова Елена Михайловна – кандидат филологических наук, доцент Центра лингвистики и профессиональной коммуникации Института права и национальной безопасности, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации. Москва, Россия.

elena_751@mail.ru

*Bulletin of Chelyabinsk State University. 2016. No. 13 (395).
Philology Sciences. Issue 104. Pp. 16–21.*

GRAPHIC MEANS AS PUN ELEMENTS

E. M. Aleksandrova

*Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Moscow, Russia.
elena_751@mail.ru*

This article devoted to the research of puns based on the use of graphic means in Russian, English and French traditions. The research is based on jokes. We identify similarities and differences of using letters and figures for creating puns in different structure languages. We consider the influence of Russian, English and French languages on the specifics of creating puns based graphic means.

Keywords: *pun, joke, graphic means, letters, figures, grapheme.*

References

1. Niderman M. *Istoricheskaja fonetika latinskogo jazyka* [Historical phonetics of the Latin language]. Moscow, 1949. 192 p. (In Russ.).

УДК 82-4;82-43

ОБРАЗ СВЯЩЕННОГО ПРОСТРАНСТВА В ОЧЕРКЕ Н. В. БЕРГА «ИЕРУСАЛИМ»

О. Н. Александрова-Осокина

Тихоокеанский государственный университет, Хабаровск, Россия

Проблематика статьи строится в нескольких аспектах: акцентировка теоретических вопросов изучения «священного» хронотопа, характеристика своеобразия воплощения религиозной тематики в очерковой прозе, освещение некоторых вопросов духовного мировосприятия в культуре XIX в. Материалом исследования стал очерк Н. В. Берга «Иерусалим». Сравниваются два типа восприятия священного пространства: традиционное, связанное с народной религиозно-этической традицией, и рационалистическое, присущее индивидуальному сознанию человека XIX в.

Ключевые слова: очерк, паломническое путешествие, поэтика, хронотоп, «священное пространство», образ автора.

Пространственно-временные отношения (хронотоп) являются неотъемлемым элементом художественной структуры литературного произведения. В ставшем сегодня уже классическим исследовании М. М. Бахтина подчеркивается, что «все временно-пространственные определения в искусстве и литературе неотделимы друг от друга и всегда эмоционально и ценностно окрашены» [1. С. 391]; «время здесь сгущается, уплотняется, становится художественно-зримым; пространство же интенсифицируется, втягивается в движение времени, сюжета, истории» [1. С. 235].

Это особенно ошутимо в произведениях паломнической прозы, которая, рассказывая о посещении человеком святых мест, создает художественный образ священного (иеротопического – по определению А. М. Лидова) пространства. История мировой культуры свидетельствует, что человек «в процессе осознания себя духовным существом вначале стихийно, потом осмысленно, формирует конкретную среду своего общения с высшим миром» [3]. Паломничество также может быть рассмотрено как форма иеротопической практики: совершая паломничество, человек расширяет горизонты своего духовного бытия, приобщается к религиозной культуре своего народа, погружается в глубины исторической памяти, очищает себя в молитве и покаянии. Священность земли – важнейшая категория в ценностном и религиозном мировосприятии паломника: «Сними обувь твою с ног твоих; ибо место, на котором ты стоишь, есть земля святая» (Исх. 3:5). Детали реального географического про-

странства обретают свою смысловую полноту и весомость только в свете событий Библейской истории, «пространство» хранит в себе память «времени».

Паломническая проза воссоздает в слове образ Святых мест и может быть рассмотрена как форма иеротопического творчества. Со времени древнерусских «хождений» («хожений») литература вырабатывала способы повествования о встрече человека и священного пространства. Среди обязательных характеристик жанра, прежде всего, следует назвать подробность описания, цель которого не только в составлении «путеводителя», но в стремлении передать в слове точный образ святыни: «Написал это верных ради человек. Чтобы тот, кто услышал о сих святых местах, прикоснулся бы душою к святым сим местам», – так видит задачу своего труда паломник XII в. игумен Даниил [5. С. 24]. Следующей жанрообразующей чертой паломнического путешествия является автобиографическое и исповедальное начало – сочинение рассказывает о личном опыте человека в его приобщении к святыне. Организующим центром является духовно-религиозное начало: от других видов путешествий паломничество отличается ценностным содержанием, оно связано с религиозным миропониманием.

Сочинения паломнической прозы XIX в. отразили раздвоенность, раскол духовного мировосприятия в сознании человека нового времени. Наряду с сочинениями воцерковленных авторов (инок Парфений, А. Н. Муравьев, А. С. Норов), у ряда авторов отражаются религиозные сомнения, поиск ценностных и

духовных опор, скептицизм и одновременно глубокая потребность в Божьем Слове. В этом отношении показательным представляется очерк Н. В. Берга «Иерусалим». Николай Васильевич Берг (1823–1884) – известный в свое время очеркист, журналист, поэт-переводчик чешской, сербской, польской поэзии (сборники «Сербские песни», 1847 г.; «Песни разных народов», 1854 г.; поэма А. Мицкевича «Пан Тадеуш», 1862 г.). В 50–60-е гг. XIX в. по поручению журнала «Русский вестник» он путешествует по странам Европы и Ближнего Востока и публикует записки «Мои скитания по белу свету», в числе которых и очерк «Иерусалим» [2].

В очерке можно выявить различные типы хронотопического изображения Иерусалима, обусловленные характером религиозно-духовного мировосприятия как самого писателя, так и присущие в целом сознанию его эпохи. Здесь, прежде всего, можно выделить рационалистическое (даже нигилистическое) отношение к религиозно-духовной традиции с присущими этому типу сознания скептицизмом и иронией. Этому типу мировосприятия противопоставлено благоговейное отношение к Святой земле русских паломников «из народа»; и, наконец, исповедальное начало очерка связано с отражением духовного поиска самого автора, идущего от сомнения к обретению веры. Каждый тип мировосприятия по-своему видит священное пространство Иерусалима.

Рационалистическое восприятие проявляется в авторской дистанцированности, ироничности, внимании к бытовым (часто сниженным) деталям, полемичности. Автор называет себя не паломником, а «вожаком, чичероне, которого <...> обязанность передавать по очереди одно за другим все, что знаешь, о том, или ином памятнике» [2. С. 201]; свою цель пребывания в Иерусалиме видит в том, чтобы «поверить чужие рассказы собственными глазами» [2. С. 184]; видит свое сочинение как «путеводитель»: «мы будем проходить, отмечая только что-либо выдающееся, указывая только на самые крупные черты» [2. С. 221]. При таком типе мировосприятия в описании Святой Земли преобладает научно-публицистическое начало: предметом изображения становится современное состояние Палестины, взаимодействие религиозных конфессий, деятельность Русской миссии в Иерусалиме, экономическое и политическое настоящее и будущее Иерусалима. Доминирует сухой тон путеводителя: священные предметы и явления только назы-

ваются, писатель обращается к фактам и цифрам, эмоциональные, личностные, образительно-выразительные характеристики почти отсутствуют. Автор словно бы не стремится к отражению личностного взгляда: «кто не знает этого пункта по тысяче рисунков» [2. С. 223]. Сюжеты Священной истории упоминаются как исторические факты («что ни шаг – исторические воспоминания» [2. С. 190], которые нуждается в научной проверке («Латрун, по уверению всех «гидов», древний *Vicus Latronum*, «город разбойников», откуда некоторым хочется произвести и того разбойника, что покаялся на кресте» [2. С. 190]).

Взгляд Берга симптоматичен для мироощущения его времени, он характеризует кризис религиозной веры, нигилистические тенденции, утрату духовной иерархии и разрушение системы ценностей. Однако двойственность такого мировосприятия проявляется в том, что, декларируя себя только как «экскурсовода» («чичероне»), автор словно бы сам себя и опровергает: целый ряд эпизодов показывает, что ему близок также взгляд «простого» паломника, воспринимающего Святую Землю благоговейно.

Образ «простого» паломника связан с религиозной народной традицией восприятия священного пространства Иерусалима; «типичская русская старушка, солдатик в ветхой шинели» [2. С. 209] являются в очерке носителями знания иерархически более значимого, чем взгляд «образованного» героя. Этот подход к восприятию русской культуры, характерный для представителей «народного» направления в русской общественной мысли (славянофилы, «почвенники»), не случаен в творчестве Берга: начало его литературной деятельности было связано с «молодой редакцией» «Москвитянина», он был дружен с А. А. Григорьевым, Н. А. Островским – их взгляды на русский народ как на носителя национальных религиозно-этических ценностей были созвучны и самому писателю. Убеждение, что простой народ хранит веру предков, в очерке «Иерусалим» проявляется в том, что именно «простой» паломник оказывается нравственным ориентиром для «образованного» героя. Православная вера показана как духовное ядро, объединяющее все слои русского общества.

Автор рисует идиллические картины жизни русской провинции, где странник был почетным гостем в каждом доме. «Читатель, без сомнения, хорошо помнит свою молодость, свои

ранние годы. <...> В зимний вечер, в каком-нибудь захолустье, при условиях блаженной памяти крепостного состояния, завернувшая к вам странница в шушуне и платке (может, даже и крепостная молельщица за ваши грехи), рассказывала вам разные разности о своих мудреных похождениях по святым местам: об Афоне, Синае, Иерусалиме» [2. С. 183]. В таком видении священный хронотоп Иерусалима оказывается неразрывно связанным с хронотопом Родины: национальное пространство и история, жизнь отдельной семьи и отдельного человека оказываются частью большого мира христианской истории, центром которой являются события Священной Истории. В таком восприятии не существует противопоставления «своего» и «чужого» пространства – паломник чувствует себя в Святой Земле, «как дома». Все напоминает о Родине: в берегах Яффы можно увидеть «немного русскую сторону Севастополя» [2. С. 186]; «вьющийся вдаль дымок <...> кажется приветным дымом <...> крестьянской хаты на курьих ногах. Маслины <...> представляются <...> придорожными ветлами» [2. С. 190]; в Иерусалиме крыши зданий издали покажутся «точно белые хлеба» [2. С. 195], «скользящая мостовая» напоминает «иные московские весны» [2. С. 196].

Единство национального времени-пространства и Святой Земли особенно ощутимо в народно-поэтических представлениях: «странница рассказывала <...> о своих мудреных похождениях по святым местам: об Афоне, Синае, Иерусалиме, <...> о каком-то «Демьяне-городе, где теплое море, сладкая вода, <...> и рыбу вот эдакую продали там страннице рыбакки за пять копеек» <...> Потом является пред вами Ердань-река, шатры военных турок, проводников каравана богомольцев» [2. С. 183].

Опыт работы писателя с фольклором и поэзией разных народов позволили безошибочно точно в нескольких строках сказовой речи странницы выбрать образы, репрезентативные для демонстрации круга народных представлений о Святой Земле. Она видится земным Раем, изобильным и необычным. Представления об изобилии и «необычности» земли связаны с практическими нуждами простого человека и воплощаются в «рыбине за пять копеек», в «сладкой воде». Ценностно-смысловое восприятие пространства иллюстрирует, в частности, народная топонимика, в которой египетский город Дамietta, через который проходили пути русских паломников, был переосмыслен в

сказочный «Демьян-город». Демьян – распространенное, особенно в крестьянской среде, русское мужское имя, в христианском именовании оно соотносится со святыми – братьями Космой и Дамианом; образы которых воспринимались как одно целое «Кузьма-Демьян», они считались покровителями свадеб и семейного очага, ремесел, домашней птицы; их образы нашли отражение в фольклоре. Таким образом, в народном сознании пространство Святой Земли осмысливалось как родное.

Личностное восприятие пространства Иерусалима строится как развитие от рассудочного к сокровенному, исповедальному. Сюжет очерка строится как «сверка» личных впечатлений автора со сложившимися стереотипами (литературными, фольклорными, культурно-бытовыми) описания Иерусалима. Берг отмечает процессы «десакрализации» восприятия Иерусалима и паломничества в обществе: «повеял какой-то новый, благополучный ветер – и все изменилось <...> пал кредит привилегированных путешественников старого времени» [2. С. 184].

Важный для паломнической практики мотив пути в Святые места как духовного труда лишается с приходом цивилизации своего священного ореола: «Перенесем же в Священный град <...> в удобной, комфортабельной каюте русского парохода, <...> слушая <...> звуки хорошего пианино <...> съедая обеды, к каким привык всякий благовоспитанный желудок» [2. С. 185].

Автор показывает, что восприятие Иерусалима в призме рационального видения носит прозаический характер: «Вы очень сильно разочаровываетесь, составив себе об этих местах понятие по звучным стихам Тасса и другим поэтическим описаниям; <...> увы! ничего такого нет и помину. Для вас положительно непонятно, как это такие прелестные вещи, читанные вами в «Освобожденном Иерусалиме», могли случиться в этих грустных местах, лишенных воды и зелени. Какой тут сад Армиды! Все желто, безотрадно» [2. С. 190].

Развенчивая литературный миф о Иерусалиме, изображая город в массе прозаических деталей, автор одновременно с этим из эмпирики бытовых впечатлений открывает для себя «вечный» Иерусалим. Лирико-философское начало очерка строится как постепенное обретение Иерусалима взыскующей душой. Отталкиваясь от игры значений антитезы «великий – малый», автор пишет о том, что искал в Иеру-

салиме следы «великого» города, но открывавшийся ему город был «мал», «как в ящике»: «Вы всматриваетесь жадно в дымчатые линии, ищите того величественного, большого города, который привык рисоваться с давних пор, при этом имени <...> Но, с тех пор как он был велик, протекло много времени, и теперешний Иерусалим глядит не широко, – весь в раме серых, зубчатых стен, как в ящике» [2. С. 194].

Духовный поиск автора связан, во-первых, с желанием соединить мечту и реальность, обнаружить духовное и вечное в сиюминутном и преходящем. Иеротопический хронотоп Священного пространства формируется неразрывной связью топографии Святой земли и событий Священной истории: «куда бы ни поехал и ни пошел путешественник: к горе ли Франков, к Гадулламским ли пещерам, к Найлузу ли и Самарии, в сторону ли Иерихона и Мертвого моря, так ли куда, в окрестности Иерусалима, он везде читает книгу прошедшего» [2. С. 235]; «сотни, тысячи имен Ветхого и Нового Завета встают в воображении поминутно, то здесь, то там; и этот дивный Иерусалим давит своим величием и грандиозностью мелкую суету настоящего Иерусалима» [2. С. 198].

Мотив дороги в очерке связан со «священным» пространством. «Дорога» отражает не просто путь человека, героя повествования, но вбирает в себя события Библейской Вечности. Пространственные ориентиры указывают не только на реальные географические объекты, но, прежде всего, на события библейского вечного мира: «влево, на краю горизонта, чертится яснее пологий холм, с белым зданием: это Элеонская гора <...> правее протянулась дымчатая линия каких-то стен, за ними – два, три белые купола; местами – бледная, неопределенная зеленца: это Иерусалим!» [2. С. 194]; «вот та Гефсимания, где был взят Он воинами, посланными от первосвященника. Вот Страстный Путь, Via Dolorosa, по которому шел Спаситель, к дому Каиафы, Кедронский ров, ключ Силоамский» [2. С. 225] и так далее. Географические и этнографические реалии обретают смысл и ценность только в свете событий Священного писания.

Лирическое начало в очерке обнаруживается в эмоциональных восклицаниях, оценочных выражениях, эпитетах: «Тихое, святое место – эта маленькая келья! Нет никаких средств описать чувства, которыми преисполняется сердце всякого доброго христианина, когда он припадает к мрамору, к этому единственному в мире

алтарю, где над святыней христианские нации совершают поочередно литургию» [2. С. 200]; Оставляя «информирующий тон», автор восклицает: «Пойдем и помолимся!» [2. С. 200] – таким образом, оказывается названа главная цель пребывания в Священном пространстве – молитва и покаяние.

Чувство пространства – сложный мировоззренческий и психологический феномен. Пространственное мироощущение формируется самой культурой, к которой принадлежит человек, обусловлено национальным типом мировосприятия: «каждой культуре присущ уже вполне индивидуальный способ видения и познания *мира-как-природы*, <...> у каждой *есть* своя собственная, своеобразная природа, каковой в точно таком же виде не может обладать ни один человек иного склада» [6. С. 289]. Эти слова философа можно спроецировать и на особенности пространственного восприятия в очерке Берга. Писатель соединяет в очерке разные типы мировосприятия Святой Земли. Предметом художественного исследования становится человек, душа которого преображается воздействием святыни. Если в начале очерка автор обозначает цель пребывания в Иерусалиме как рациональное знание, проверка преданий своими личными впечатлениями, то композиционным итогом и одновременно смысловой кульминацией очерка становится признание, что цель пребывания здесь – только посмотреть на те места, где пребывал Господь. «Здесь, несомненно здесь, ходили Стопы Его! Ради одного этого стоит прибыть в Иерусалим, подняться на Елеонскую гору перед закатом солнца и посмотреть оттуда на Святой город» [2. С. 225].

Образ священного пространства в очерке, охватывая картины реального физического мира (географию, этнографию, топонимику, ландшафтно-архитектурные описания и так далее), направлен на воссоздание его символического, духовного восприятия. Задача искусства через образ передать первообраз, изобразить духовную действительность, «дать наиболее глубокое постижение ее архитектоники, ее материала, ее смысла» [4. С. 53]. Воссоздавая духовную реальность Святой Земли, Берг в очерке «Иерусалим» отразил не только целостность и вневременность священного пространства, но и его активное преображающее воздействие на душу человека, способность вернуть духовную целостность раздробленному, двойственному сознанию человека нового времени.

Список литературы

1. Бахтин, М. М. Формы времени и хронотопа в романе. Очерки по исторической поэтике / М. М. Бахтин // Вопросы литературы и эстетики. Исследования разных лет. – М., 1975. – С. 234–446.
2. Берг, Н. В. Иерусалим / Н. В. Берг // Рус. вестн. – 1868. – Т. 74, № 3–4. – С. 183–236.
3. Лидов, А. М. Создание сакральных пространств как вид творчества и предмет исторического исследования / А. М. Лидов // Иеротопия. Создание сакральных пространств в Византии и Древней Руси. – М., 2006. – С. 9–32.
4. Флоренский, П. А. Обратная перспектива / П. А. Флоренский // Флоренский, П. А. Сочинения : в 4 т. / П. А. Флоренский. – М., 1999. – Т. 3 (1). – С. 46–98.
5. Хождение Игумена Даниила в Святую землю // Памятники литературы Древней Руси: XII век. – М., 1980. – С. 25–114.
6. Шпенглер, О. Закат Европы. Очерки морфологии мировой истории / О. Шпенглер. – М., 1998. – Т. 1. – 663 с.

Сведения об авторе

Александрова-Осокина Ольга Николаевна – доктор филологических наук, профессор кафедры литературы и журналистики, Тихоокеанский государственный университет. Хабаровск, Россия.

osokina-11@mail.ru

*Bulletin of Chelyabinsk State University. 2016. No. 13 (395).
Philology Sciences. Issue 104. Pp. 22–27.*

THE IMAGE OF THE SACRED SPACE IN THE TO ESSAY N. V. BERG'S "JERUSALEM"

O. N. Alexandrova-Osokina

Pacific State University, Khabarovsk, Russia. osokina-11@mail.ru

The problems of this article is constructed in several ways: accentuation of theoretical questions of studying of the “sacral” chronotope, the characteristic of the peculiarity incarnation of religious subjects in the essay’s prose, comprehension of the spiritual perception of the world in the culture of the XIX century. The material of the study was the essay N.V. Berg’s “Jerusalem.” In an essay translated different types of perception of the sacred space, due to the different nature of seeing the world. The essay shows the rationalistic worldview, inherent “educated” traveler (the means of expression of this view is the narrative). Also the essay shows view of the folk traditional culture to the Holy Land –this is a religious veneration, love, coming not from the “mind”, but from the “heart” (the means to express these feelings - sketch, folk speech). Finally, the author’s view at the Holy Land space have gained spiritual and religious integrity; doubt and skepticism replaced by a sense of divine presence (means for expression of this new understanding of the world is a lyrical monologue).

Keywords: *essay, a pilgrimage, poetics, chronotope, “Sacred space”, image of the author.*

References

1. Bakhtin M.M. Formyi vremeni i hronotopa v romane. Ocherki po istoricheskoy poetike [Forms of the Time and chronotope in the novel. Essays on the historical poetics]. *Voprosyi literaturyi i estetiki. Issledovaniya raznyih let* [Questions of literature and aesthetics. Studies over the years]. Moscow, 1975. Pp. 234–446. (In Russ.).
2. Berg N.V. Ierusalim [Jerusalem]. *Russkiy Vestnik* [Russian herald], 1868, vol. 74, no. 3–4, pp. 183–236. (In Russ.).

3. Lidov A.M. Sozdanie sakralnyih prostranstv kak vid tvorchestva i predmet istoricheskogo issledovaniya [Creating sacred spaces as a form of art and a subject of historical research]. *Ierotopiya. Sozdanie sakralnyih prostranstv v Vizantii i Drevney Rusi* [Hierotopy. The creating sacred of the space in Byzantium and Ancient Russia]. Moscow, 2006. Pp. 9–32. (In Russ.).
4. Florensky P.A. Obratnaya perspektiva [Reverse Perspective]. Florensky P.A. *Sochineniya* [Works], vol. 3 (1). Moscow, 1999. Pp. 46–98. (In Russ.).
5. Hozhdenie Igumena Daniila v Svyatuyu zemlyu [Pilgrimage Abbot Daniel in the Holy Land]. *Pamyatniki literatury Drevney Rusi: XII vek* [Monuments of literature of Ancient Russia: XII century]. Moscow, 1980. Pp. 25–114. (In Russ.).
6. Spengler O. *Zakat Evropyi. Ocherki morfologii mirovoy istorii* [Sunset of the Europe. Essays on the morphology of world history], vol. 1. Moscow, 1998. 663 p.

УДК 316.77:0018

ПОНИМАНИЕ МЕДИА: ПРОБЛЕМА ИЗУЧЕНИЯ НАСЛЕДИЯ Г. ИННИСА И М. МАКЛЮЭНА СТУДЕНТАМИ НАПРАВЛЕНИЯ «РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»

И. Б. Архангельская

Высшая школа экономики, Нижний Новгород, Россия

Рассмотрены основные проблемы в изучении наследия Г. Инниса и М. Маклюэна в бакалавриате направления «Реклама и связи с общественностью». Рассказывается о трудностях, с которыми сталкивается и преподаватель, и студенты при изучении трудов канадских теоретиков. Предложены некоторые формы работы, которые помогут облегчить понимание медиаконцепций представителей Торонтской школы.

Ключевые слова: преподавание теории медиа, массовая коммуникация, М. Маклюэн, Г. Иннис.

Изучение теории медиа студентами направления «Реклама и связи с общественностью» в бакалавриате осуществляется в рамках таких дисциплин, как: «Теория и практика массовой информации» (2-й семестр), «Основы теории коммуникации» (3-й семестр), «Политология» (4-й семестр), «Управление информацией в современном медиапространстве» (5-й семестр), «Психология массовых коммуникаций» и «Социология массовых коммуникаций» (7-й семестр).

Профессор Калифорнийского университета (г. Санта-Барбара) У. Д. Поттер (W. J. Potter) справедливо заметил, что исследователям и преподавателям сложно оценить бесконечное множество идей и концепций в сфере массовых коммуникаций [7] и отобрать из них материал для обучения студентов. Различные подходы к проблемам массовых коммуникаций создают трудности в выборе материала для анализа на первой ступени вузовского образования. Стоит отметить, что в российских университетах включение в программы курсов тех или иных трудов по теории медиа в список обязательной литературы зависит не только от степени их важности для понимания медийных процессов, но и от наличия переведенных источников в библиотеке или сетевых ресурсах.

В большинстве российских и зарубежных университетов преподаватель формирует программу курса по массовым коммуникациям по своему усмотрению с учетом требований существующих образовательных стандартов. Можно рассматривать развитие медиа в контексте исторических событий и технологиче-

ских изменений последних двух столетий или выделить наиболее яркие моменты и идеи, неординарных личностей, которые способствовали революционным изменениям в этой сфере. Медиа можно изучать с позиций философии или культурологии, психологии или социологии, филологии или политологии.

Декан факультета журналистики МГУ Е. Л. Варганова призывает помнить о том, что мир меняется, а вместе с ним меняются и масс-медиа, поэтому «многие традиционные концепции и термины должны быть подвергнуты пересмотру в соответствии с изменившимися практиками» [1. С. 8]. Это замечание справедливо, но существуют и константы, которые помогают объяснять молодежи как историю развития массовых коммуникаций, так и современные реалии.

Несмотря на множество подходов к медиакурсам, существуют канонические труды, с которыми студенты должны ознакомиться в бакалавриате. Так, в большинстве университетов мира изучение роли СМИ в формировании общественного мнения предполагает знакомство с книгами У. Липпмана «Общественное мнение» (Public Opinion, 1922), Э. Бернейза «Кристаллизация общественного мнения» (Crystallizing Public Opinion, 1923). В понимании манипуляционных технологий в сфере медиа, проблем цензуры и контроля СМИ помогут труды Ноама Хомского «Медиа контроль: Впечатляющие достижения пропаганды» (Media Control: The Spectacular Achievements of Propaganda, 1997), «Десять способов манипулирования с помощью средств массовой

информации» (*Diez formas distintas de manipulación mediática*, 2011).

Рассматривая феномен телевидения в современной культуре, стоит обратиться к трудам М. Маклюэна, Ж. Бодрийяра, Н. Постмена, Дж. Гербнера.

При анализе современных трендов в медиапространстве и эпохи новых медиа рекомендуются работы Д. Маккуэйла, М. Кастелльса, Л. Мановича.

В списке обязательного чтения по теории медиа должны быть и труды отечественных исследователей: Е. Л. Вартановой, И. М. Дзялошинского, Я. Н. Засурского, Л. М. Земляновой, С. Г. Корконосенко и др.

Уже на первом курсе необходимо объяснить разницу между понятиями «медиа», «массмедиа», «коммуникации», но с кем из медиакритиков студенты встретятся на начальном этапе обучения – решать преподавателю. Американский профессор М. Т. По в своей книге «История коммуникации. Медиа и общество от эволюции речи до Интернета» (2011) утверждает, что в настоящее время любая дискуссия о теории медиа должна начинаться с Маршалла Маклюэна хотя бы из-за его знаменитой фразы «*the medium is the message*» («средство коммуникации есть сообщение»), которая является поводом для множества дискуссий среди исследователей [6]. Несомненно, вклад канадского ученого в теорию массовых коммуникаций значителен и не ограничивается несколькими крылатыми фразами.

Профессор Университета Торонто Герберт Маршалл Маклюэн (*Herbert Marshall McLuhan*, 1911–1980) известен во всем мире как медиа-философ. Предметом его научных интересов были печатная культура, телевидение, при этом он стал признанным «пророком эпохи информационных технологий», знаковой фигурой в культуре 1960–1970-х гг. Во всем мире в университетские курсы по социологии и психологии массовых коммуникаций, теории медиа, культурологии включены работы Маклюэна: «Галактика Гутенберга: Сотворение человека печатной культуры» (1962) (*The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man*), «Понимание медиа: внешние расширения человека» (1964) (*Understanding Media: The Extensions of Man*). Российский исследователь Э. М. Спирина отметила, что теория канадского ученого «строится на сопоставлении двух факторов – техники и человека» [3. С. 115]. Ученого справедливо считали технологическим детерминистом.

Стоит отметить, что большое влияние на Маклюэна оказал его старший коллега по Университету Торонто экономист Гарольд Адамс Иннис (*Harold Adams Innis*, 1894–1952), чьи книги «Империя и коммуникация» (*Empire and Communication*, 1950) и «Сдвиг коммуникации» (*The Bias of Communication*, 1951) стали наряду с трудами Маклюэна основой Торонтской школы теории коммуникации. Иннис незаслуженно забыт. В российских университетах его наследие редко включается в учебные программы, потому что книги ученого сложны для понимания и к тому же не переведены на русский язык.

Идеи Маклюэна, напротив, популярны как среди отечественной профессуры, так и у студентов. Вероятно, масштаб видения мира медиа и коммуникаций, дерзость прогнозов, необычный стиль академического письма, в котором научные гипотезы сочетаются с литературными аллюзиями, притягивают российских исследователей к трудам канадского профессора.

Маклюэна отличал неожиданный взгляд на самые обычные вещи. Под медиа он понимал газеты, телевидение, кинематограф, дороги, географические карты, деньги, оружие, игры, одежду и др. [5]. Студентам непросто увидеть мир в таком ракурсе. На первых занятиях дисциплины «Основы теории коммуникаций» стоит рассмотреть коммуникативную природу окружающего мира с позиций Маклюэна. Так, деньги являются одним из видов коммуникации, который помогает перевести «труд фермера в труд парикмахера, доктора, инженера или водопроводчика» [5. Р. 136]. Эволюция денег из монет в банкноты, а затем в пластиковые карты оптимизировала финансовые отношения в обществе, изменила передачу потоков информации в целом, объединила страны в единую глобальную систему.

Представление об одежде как форме коммуникации легко продемонстрировать будущим специалистам по рекламе и связям с общественностью на примере корпоративных форм, брендовых одежных брендов, которые обладают своим языком и несут определенные сообщения. На примере рассказа Виктора Пелевина «Один вог» (сборник «ДППН») можно рассмотреть, какую роль вещи, в том числе предметы одежды, играют в системе ценностей персонажей, какие сообщения они несут.

В рамках курса «Теория и практика массовой информации» для домашнего чтения мож-

но предложить студентам отрывки из книги Маклюэна «Понимание медиа. Внешние расширения человека», которые помогут понять идеи ученого. Основные положения медиатеории Маклюэна хорошо известны:

1. Ключевые сдвиги в истории человечества происходят с появлением новых видов медиа (средств коммуникации).

2. Медиа являются физическим и психическим продолжением человека.

3. Медиа определяют наше ощущение пространства и времени (быстро распространяющаяся информация с помощью телеграфа, радио, телевидения превращает весь мир в одну «глобальную деревню»).

4. Каждое новое средство коммуникации взаимодействует с предшествующим, зачастую «отрицая» и одновременно развивая его.

5. Средство коммуникации само по себе является сообщением.

Первый тезис легко понять, изучив историю развития коммуникативных технологий и медиа в обществе.

У первобытных людей доминирующими были устные средства общения. Первобытная дописьменная культура с устными средствами коммуникации представлялась Маклюэну гармоничным миром, в котором человек тесно связан с природой, а жизнь основана на принципах коллективности. Эту мысль Маклюэна уместно рассмотреть при изучении вербальных и невербальных форм общения в рамках дисциплины «Основы теории коммуникации».

На смену устным коммуникациям пришел алфавит и письменность, причем манускрипт в течение столетий служил источником информации, хранения знаний и культурных ценностей. Стоит напомнить студентам книгу У. Эко «Имя розы», в которой действие происходит в средневековом монастыре: цепочка преступлений связана с содержанием книги, которую похищают. Можно посмотреть несколько отрывков из фильма, снятом в 1986 г. режиссером Ж.-Ж. Анно, чтобы представить эпоху письменности без печати.

Особое внимание Маклюэн уделяет книжной культуре, которая стала динамично развиваться с появлением печатного станка. Ученый считал письменно-печатную культуру эпохой дидактизма и национализма (книги стали печататься не на латыни, а на национальных языках). Грамотность и образованность, доступные только элитам, стали путем к власти и богатству. Студентам необходимо самостоятельно

изучить развитие книгопечатания в разных странах. Доклады, опирающиеся на главы из книги Маклюэна «Галактика Гутенберга», должны включать материал о развитии книжной культуры одной из европейских стран, в том числе появление газет, журналов, рекламы в печатных СМИ. Предложенный студентам план выступления поможет структурировать работу. В финале несколько мини-групп выступят с презентациями. Задача преподавателя в конце семинара сравнить общее и различное в каждой из стран и оценить, насколько маклюэновское видение эпохи Гутенберга соответствует тому, что нашли студенты.

При изучении дисциплины «Управление информацией в современном медиaprостранстве» особое внимание следует уделить исследованию феномена телевидения в трудах Маклюэна. Канадский профессор полагал, что с помощью телевидения общество вернулось в первобытное состояние, в котором у человека возрождается естественное слухово-визуальное многомерное восприятие мира и коллективности. Маклюэн был уверен, что в наступившей эпохе «нового племенного человека» огромную роль играет миф. Пространство сжалось, превратившись в одну «глобальную деревню», и людьми стало легко манипулировать, а с помощью СМИ вскоре «можно будет держать под контролем эмоциональный климат целых культур» [6. Р. 54]. Идеи Маклюэна о роли телевидения в современном обществе продолжил французский социолог Жан Бодрийяр. Манипулятивный характер телевидения можно понять, проанализировав отрывки из фильмов режиссера Б. Левинсона «Плутовство» («Wag the dog», 1997).

Появление новых технологий в строительстве, прокладке дорог, денежном обращении, книгопечатании, кинематографии, вооружении, изобретение электрической лампы, телефона и телеграфа изменяли образ жизни людей, их способы взаимоотношения друг с другом, восприятие пространства. Все средства коммуникации, по мнению Маклюэна, развивают и преобразуют друг друга: жилище и одежда являются продолжением кожи, транспорт – продолжением ног, перо – продолжением руки, телевидение – продолжением глаз, компьютер – продолжением нервной системы человека и так далее. Идею канадского теоретика о том, что медиа являются физическими и психическими продолжениями человека студенты могут подтвердить или опровергнуть, предварительно изучив

аналитические статьи и кинофильмы по теме, а затем на семинаре аргументировано представить свою точку зрения.

Тезис о «глобальной деревне» можно обсудить при изучении радио и телевидения, но наиболее удачна для этой цели тема «Новые медиа».

На примере смены коммуникационных технологий можно понять, как медиа взаимодействуют друг с другом, зачастую «отрицая» и одновременно развивая новую форму массовой коммуникации. В этом контексте интересно рассмотреть случаи конвергенции СМИ, в том числе появления телевизионного контента в Сети в формате видеоматериалов на хостингах YouTube и Rutube, трансляции радио передач. Особое внимание следует уделить открывшимся возможностям получения медиаконтента с помощью мобильных устройств. Студенты должны объяснять, в какие противоречия со «старыми» медиа вступают новые, как инновационные технологии оптимизируют существующие возможности.

Одним из самых сложных для понимания становится утверждение Маклюэна о том, что средство коммуникации само по себе является сообщением. Студентам можно предложить подготовить одну и ту же информацию для разных медиа, оптимально используя возможности каждого канала. Интересно сравнить, чем отличается сообщение для журнала (текст и фотография) от радио или телевизионного сюжета или материала в социальных сетях.

Преимущества нового типа рекламы «буктрейлер» для продвижения классической литературы на российском рынке рассматривает М. В. Загидуллина [2]. Создать буктрейлер для любимой книги – интересная творческая работа, которая поможет студентам понять Маклюэна и расшифровать крылатую фразу «medium is the message».

Рассматривая идеи Маклюэна, нельзя забывать, что они сформировались под влиянием работ Г. Инниса «Империя и коммуникация» («*Empire and Communication*», 1950), «Сдвиг коммуникации» («*The Bias of Communication*», 1951). Неслучайно, «Галактику Гутенберга» Маклюэн скромно назвал «footnote to Innis» («примечанием к Иннису»). Если основные труды Маклюэна переведены на русский язык, бумажные версии можно взять в библиотеке, их также можно прочесть в Интернете, то Иннис не переведен на русский язык, и содержание его трудов практически неизвестно отечествен-

ной публике. Вместе с тем теория Г. А. Инниса отличается большей стройностью, чем концепция медиа его всемирно известного последователя. Иннис был первым, кто обратил внимание на то, что технологии и новые виды коммуникации влияют на развитие цивилизации. Маклюэн развил эту мысль позднее.

Иннис подразделял средства массовой коммуникации (СМК) на два вида: «временные» («*time binding media*») и «пространственные» («*space binding media*»). Первые, по мнению ученого, концентрируются на времени, вторые – на пространстве. К «временным» СМК ученый относил устные виды коммуникации: эпос, песню, а также книги и рукописи, памятники и скульптуру. Задача этих медиа, по мнению Инниса, передавать информацию и знания, в том числе основы культуры, этические и моральные ценности цивилизации от одного поколения другому. Такой вид коммуникации, как полагал ученый, характерен для традиционных обществ со строгой социальной иерархией (Древний Египет). Доступ к информации и возможности ее распространения в таких государствах принадлежит элите, узкой группе людей, наделенной высшей властью. «Временные СМК» согласно этой теории играют важную роль консерватора в закрытых обществах, способствуя сохранению их знаний и культуры.

К «пространственным медиа» Иннис относил современные средства коммуникации: радио, телевидение, печатные СМИ с большими тиражами. Если «временные» СМК стояли на страже защиты традиции, религии, привычного уклада в обществе, то «пространственные» были направлены на экспансию, распространение информации, навязывания своей точки зрения гражданам не только своего государства, но и сопредельных территорий. Ученый полагал, что таким образом крупные государства расширялись, завоевывали соседей, постепенно вовлекая их в свое информационное поле. Такие государства (Иннис называет их «империями»): они быстро растут территориально и имеют разветвленную сеть управления. Хранением информации в таких обществах наделен социум, а не элиты.

Иннис исследовал историю развития медиа с алфавита и письменности Древнего мира до эпохи телевидения. Он с особым трепетом относился к «временным» СМК, хранителям истории и культуры народов [4].

Именно «пространственные» средства коммуникации развивают технологии, полагал

ученый, и с их помощью можно управлять большими территориями. Это утверждение Инниса породило концепцию «глобальной деревни». Изучая деятельность крупных медиахолдингов, можно понять Инниса и Маклюэна.

Опрос, проведенный в шестом семестре среди третьекурсников, показал, что студенты видят различия между основными понятиями в сфере медиакоммуникаций, но немногие из них обращаются непосредственно к теоретическим источникам. Большинство учащихся ограничило свое знакомство с Маклюэном лекциями, статьями в «Википедии» и материалами на специализированных сайтах.

Тем, кто познакомился хотя бы фрагментарно с текстами канадского теоретика, понравились афористичные заголовки книг, некоторые нестандартные идеи автора, но многочисленные незнакомые имена и литературные экскурсы вызвали отторжение.

Идеи Инниса были изучены по лекциям и интернет-источникам и в целом оказались понятны всем, как это показал опрос.

Канада, как считал Иннис, находится между европейской культурой, с которой она исторически связана своим прошлым, и агрессивной культурой Американской империи. Иннису не нравилось, что влияние США на его страну усиливалось, его пугало, что под влиянием массмедиа «американского культурного империализма» канадская культура будет уничтожена. Упоминание того, что Иннис испытывал страх перед тем, какую роль США играют в медийном поле Канады, вызвало в аудитории

дискуссию о положительном и отрицательном влиянии больших стран, империй на соседей и сателлитов.

Несомненно, понимание концепций основоположников Торонтской школы массовой коммуникации Г. Инниса и М. Маклюэна достаточно сложно для студентов бакалавриата направления «Реклама и связи с общественностью». Для понимания идей канадских коммуникативистов необходимо постоянно включать в учебный процесс задания, в которых будут задействованы современные средства и каналы коммуникации.

Студентам понравились отрывки из фильма Б. Левинсона «Плутовство», поскольку они помогают им понять теорию Маклюэна и процессы манипулирования общественным мнением в современном медиапространстве.

Разумно разбить знакомство с работами Г. Инниса и М. Маклюэна на маленькие порции и включать их при изучении разных дисциплин, так или иначе связанных с теорией медиа.

Глубокое изучение наследия Торонтской школы коммуникации, в том числе концепции «прохладных» и «горячих» медиа, следует оставить для магистратуры.

Теория медиа является базисом для понимания явлений и процессов в сфере массовых коммуникаций. Ее изучение поможет студентам в профессиональной деятельности и, возможно, станет для некоторых из них началом научной карьеры.

Список литературы

1. Вартанова, Е. Л. О необходимости модернизации концепций журналистики и СМИ / Е. Л. Вартанова // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. – 2012. – № 1. – С. 7–26.
2. Загидуллина, М. В. Новые формы медиакоммуникации: буктрейлеры к «Евгению Онегину» / М. В. Загидуллина // Вестн. Нижегород. ун-та им. Н. И. Лобачевского. – 2013. – № 4 (2). – С. 54–58.
3. Спирина, Э. М. Маклюэнизм как предтеча постмодернизма / Э. М. Спирина // Вестн. Ишим. гос. пед. ин-та им. П. П. Ершова. – 2012. – № 3. – С. 114–122.
4. Innis, H. *The Bias of Communication* / H. Innis. – Toronto, 2003. – 226 p.
5. McLuhan, M. *Understanding Media: The Extensions of Man* / M. McLuhan. – Cambridge; London, 1994. – 365 p.
6. Poe, M. T. *A History of Communications. Media and Society from the Evolution of Speech to the Internet* / M. T. Poe. – Cambridge; New York, 2011. – 352 p.
7. Potter, W. J. *Arguing for a General Framework for Mass Media Scholarship* / W. J. Potter. – Thousand Oaks; CA, 2009. – 384 p.

Сведения об авторе

Архангельская Ирина Борисовна – доктор филологических наук, доцент, начальник международного отдела, Высшая школа экономики. Нижний Новгород, Россия.
aib@sandy.ru

*Bulletin of Chelyabinsk State University. 2016. No. 13 (395).
Philology Sciences. Issue 104. Pp. 28–33.*

**UNDERSTANDING MEDIA: TEACHING H. INNIS’
AND M. MCLUHAN’S CONCEPTS TO STUDENTS
OF «ADVERTISING AND PUBLIC RELATIONS» MAJOR**

I. B. Arkhangelskaya

Higher School of Economics – Nizhny Novgorod, Nizhny Novgorod, Russia. aib@sandy.ru

The article considers the main problems with which a university professor or instructor meets while teaching media theory, and particularly H. Innis’ and M. McLuhan’s concepts, to students whose major is «Advertising and Public Relations» (bachelor’s level). The article describes how students cope with studying Innis and McLuhan, what tasks are given to make that process easier and more entertaining. The results of interviewing third-year students who have passed several media courses successfully are being presented. Based on ten-year experience of teaching media-related disciplines the author gives advice how to improve the courses and integrate new communication technologies into them.

Keywords: *teaching media theory, mass communications, M. McLuhan, H. Innis.*

References

1. Vartanova E.L. O neobhodimosti modernizatsii kontseptsii zhurnalistiki i SMI [On the Need to Update the Concepts of Journalism and Media]. *Vestnik Moskovskogo Universiteta* [Bulletin of Moscow University], 2012, vol. 10, no. 1, pp. 7–26. (In Russ.).
2. Zagidullina M.V. Novye Formy mediakommunikatsii: booktreilery k «Evgeniyu Oneginu» [New Forms of Media Communication: Book Trailers to «Eugene Onegin»]. *Vestnik Nizhegorodskogo Universiteta im. N. I. Lobacheskogo* [Bulletin of the Nizhny Novgorod University of N.I. Lobachevskii], 2013, no. 4 (2), pp. 54–58. (In Russ.).
3. Spirova E.M. Makluenizm kak predtecha postmodernizma [McLuhanism as the Forunner of Postmodernism]. *Vestnik Ishimskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo institute im P.P. Ershova* [Bulletin of the Ishim state teacher training college of P.P. Yershov], 2012, no. 3, pp. 114–122. (In Russ.).
4. Innis H. *The Bias of Communication*. Toronto, 2003. 226 p.
5. McLuhan M. *Understanding Media: The Extensions of Man*. Cambridge; London, 1994. 365 p.
6. Poe M.T. *A History of Communications. Media and Society from the Evolution of Speech to the Internet*. Cambridge, New York, 2011. 352 p.
7. Potter W.J. *Arguing for a General Framework for Mass Media Scholarship*. Thousand Oaks, CA, 2009. 384 p.

УДК 070:81.42
ББК 76

ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ СОЗДАНИЯ РЕКЛАМНОГО ТЕКСТА В ИНТЕРНЕТЕ

Н. Н. Борщева

Самарский государственный социально-педагогический университет, Самара, Россия

Интернет обретает сегодня новую составляющую: растет рынок интернет-рекламы. Сетевая индустрия влияет на маркетинговые, рекламные механизмы. Проблема – сохранить в условиях жесткой конкуренции и рекламного изобилия потребительскую аудиторию. Инновации охватывают не только передовые технологии распространения рекламы. Используя мультимедийные возможности, копирайтеры переносят их и на способы создания современных текстов рекламы.

Ключевые слова: *коммуникация, рекламный текст, инновационные технологии, сторителлинг, лонгриды.*

Интернет-реклама за последнее десятилетие превратилась в важнейшую составляющую повседневной жизни современного человека, активно влияющую на его коммуникативную активность и мировосприятие. Новейший период развития интернет-среды сопровождается активным ростом рекламной индустрии. Новая цифровая реальность – это интерес к крупным формам, долгосрочным оригинальным спецпроектам. Такие общемировые тенденции, как конвергенция, концентрация игроков на рынке рекламы, влияние потребителей на продвижение сетевой рекламы, заставляют индустрию решать непростые задачи по поиску подходящих форматов. Значимость коммерческой рекламы как основного источника распространения информации в Интернете возрастает, вследствие чего растет и ее популярность. Увеличение объема интернет-коммуникаций подталкивает рекламную отрасль к постоянному видоизменению и стимулирует все более широкое использование инноваций в рекламе. Залогом лидерства на рынке сетевой рекламы является возможность удовлетворять растущие запросы потребителей на новых площадках и с помощью новых технологий. Естественное желание рекламодателей выделиться из большого потока информации стимулирует деятельность по поиску все новых и новых способов создания рекламного текста.

Так, по оценке Ассоциации коммуникационных агентств России, объем рынка интернет-рекламы в 2015 г. составил 64,7–66,6 млрд руб [13]. Аналогичная ситуация наблюдается и за

рубежом. Согласно ежегодному исследованию американского рынка интернет-рекламы «State of the News Media», общая сумма доходов от цифровой рекламы в США в 2014 г. выросла на 18 % до \$50,7 млрд [4].

Индустрия рекламных технологий находится в непрерывном развитии и совершенствовании. В условиях жесткой конкуренции производители товаров и услуг стремятся сохранить и приумножить объемы продаж, постоянно привлекая внимание клиентов к продукции и предоставляемым услугам. Помимо освоения традиционных, устойчивых направлений в развитии сетевой торговли, ускоренными темпами происходят технологические инновации, в частности, в области создания нестандартного рекламного текста. Преимущества сети по сравнению с другими источниками информации в том, что она позволяет охватить весь процесс коммуникации: привлечь внимание, проинформировать, повлиять на выбор, вовлечь во взаимодействие, продать. Индивидуальные особенности восприятия веб-рекламы как коммерческого послания зависят от качества предоставляемой услуги. Сегодня ключевым в рекламной отрасли, и только в ней, является слово «инновация». Осмысление, поиск и реализация новых творческих решений приводят к инновациям. В отраслевом исследовании, определяющем тенденции развития печатных СМИ до 2020 г., сказано: «Инновации – это не подражание, не приспособление, не следование примерам, но – лидерство» [8]. Обширная сфера рекламной деятельности включает в себя, в

первую очередь, написание текста, поэтому текстовая деятельность данной специфической области может носить сложный и многообразный характер. Рекламный текст состоит из множества других семиотических знаков, вербальная основа и изображение взаимодействуют в рекламе, образуя сразу несколько значений.

Очевидным трендом современного российского рекламного рынка является доминирование интернет-рекламы над прочими видами. Стала набирать обороты мобильная реклама, требующая строгой направленности на целевую аудиторию и создания адаптивных версий. Доля мобильного поискового трафика в России превысила 20 процентов именно благодаря использованию новых форматов и рекламных приложений. Специалисты считают, что в 2016 г. борьба за покупателей ужесточится, преимущество окажется на стороне рекламодателей, которые эффективно используют все возможности и инструменты мобильной рекламы [11]. Мультимедийные технологии преобразуют внешний вид и качество рекламного текста: такая реклама строится на использовании технического обеспечения, новейших компьютерных технологий и нестандартных способов подачи информации. Однако важно определить, насколько выбор рекламных средств влияет на создание конкретной рекламной идеи и на восприятие образа товара. Сегодня трудно представить себе рекламный текст в Интернете лишь как вербальный с линейной организацией. Благодаря мультимедийному сопровождению, реципиент может одновременно воспринимать на слух и визуально большой объем информации. В рекламном тексте мультимедийного типа оказываются задействованными все коммуникативные каналы. Однако объем вербального текста и его качество остаются доминирующими при восприятии рекламы. В противном случае интерес потребителей ограничивается изучением «картинок», а не смысла. Если рассматривать рекламу как конкретное торговое средство (определение А. Н. Назайкина), то продвижение товара является единственной целью. Полисемантическая структура текста рекламы позволяет учитывать и степень компрессии, заложенной в текстовую единицу объема содержания. Распознаваемость, запоминаемость и притягательность рекламы в конечном итоге влияют на коммуникативную эффективность текста. По мнению Пабло Дель Кампо, глобального креативного директора аргентинско-

го рекламного агентства «Saatchi and Saatchi», «реклама – это коммерческое искусство, наиболее чутко улавливающее человеческую природу. Как таковая, она живет в биологическом мире адаптации и реформирования» [7]. Исходя из главного принципа составления рекламного текста – целеполагания, можно выделить разнообразные творческие приемы и способы создания рекламных текстов.

В поисках оригинальных, новаторских приемов создания текстов рекламы были изучены федеральные и самарские интернет-площадки, в частности, сайты крупных компаний, социальные медиа, сайты известных онлайн-СМИ и медийные проекты. Проведение мониторинга показало, что распространение инновационных текстов рекламы происходит довольно активно. Инновационные технологии внедряются в рекламный инструментарий XXI в., и стратегические вызовы развития отрасли связываются с расширением потока информации в сети. Кризисная ситуация в экономике ставит производителей медиаконтента перед сложным выбором. С одной стороны, неизбежность перехода на более современные технологические модели. А с другой, недостаток средств модернизации, которая могла бы обеспечить конкурентоспособность в будущем. Несмотря на это, развитие информационных и коммуникационных технологий в рекламной отрасли продолжается. Сегодня спрос на объемные и содержательные статьи – лонгриды – сохраняется и поддерживается.

В отечественном рекламоведении немало научных исследований, посвященных проблемам функционирования рекламного текста в Интернете. Опираясь традиционно на опыт зарубежных специалистов, российская наука за десятилетия смогла осмыслить богатейший опыт отечественных маркетологов и копирайтеров, сформировать собственную научную базу. В последние годы создано много научных работ по различным проблемам рекламной деятельности. В их числе как признанные авторитеты: А. Н. Назайкин, Г. Г. Почепцов, А. А. Амзин, так и молодые ученые: Ю. О. Годик, У. А. Винник, К. А. Коробейникова, М. А. Тертыхная и др. Однако пока недостаточно научных работ, в которых бы серьезно разбирались и обобщались профессиональный опыт копирайтеров. Это одновременно означает возрастающую потребность в осмыслении и анализе практического опыта российских рекламных компаний.

Сам по себе рекламный текст является слож-

ной информационно-воздействующей технологической моделью, поэтому изучение текста рекламы базируется на междисциплинарном подходе. Методологическим фундаментом исследования могут быть различные сферы гуманитарных наук – филологии и лингвистики, социологии и психологии, экономики и маркетинга и др. Рекламный текст, будучи особым коммуникативным, семиотическим феноменом, представляет собой синтез знаковых систем. Отражая объективные тенденции развития языка, коммерческий текст в то же время диктует свои правила текстообразования. В пространстве Интернета все происходит иначе. Это среда для своего рода импульсивных действий и покупок, поэтому здесь выгоднее всего продаются такие тексты, которые совмещают в себе элементы баннерной, медийной, нативной рекламы. К нестандартным рекламным текстам относят и такие форматы, как лонгриды (от англ. *“longread”* – длинное чтение) и сторителлинги (от англ. *storytelling* – рассказывание историй).

Тексты рекламы, написанные в формате сторителлинга, можно все чаще встретить на многочисленных российских сайтах. Возможность вовлечения потребителя в историю может являться одним из самых эффективных способов продвижения в бизнесе. В сторителлинге как в особом типе рекламного текста выделяются классические элементы повествования – увлекательная история, персонажи, занимательный сюжет, интрига. Это могут быть история о компании, история в портфолио и кейсах, история клиента, история в социальных сетях и пр. Для таких историй требуются выразительные средства мультимедийного контента. Интеграция художественных приемов в коммерческую деятельность не лишает ее своей привлекательности и целесообразности. Нарративный характер рекламного текста заметно отличает его от журналистского. Поэтому главным становится то, как, с помощью каких приемов осуществляется процесс рассказывания. Сегодня уже не встает вопрос, может ли повседневная действительность стать объектом рассказывания и преследовать при этом коммерческую цель. Не случайно авторы книги «Стопроцентный сторителлинг» К. Гопиус и Р. Масленников настоятельно рекомендуют: «Уважайте текст!» [3]. Эмоциональный фон и атмосфера увлекательной, необычной истории достигаются при грамотном подходе к текстообразованию.

В качестве примера можно привести сайт по продаже элитарной женской одежды с оригинальным слоганом: «У меня дурной характер модной дамы». Для поддержания сайта создана столь же необычная рекламная история, состоящая из текста и фотографий. Эмоциональные переживания автора, выступающего в данном случае в роли основателя модного магазина, служат своеобразной прелюдией. Захватывающее и интригующее начало повествования вводит читателя в атмосферу Италии, традиционно ассоциирующейся с высокой модой и модным стилем: «От Виа Цезаре Россарол до моего отеля на Вико Пергони не больше двенадцати минут, если идти по прямой, но если повернуть на одностороннюю, очень узкую Вико Лонго, то буквально через пару обшарпанных домов можно наткнуться на небольшой бар Каприччио. Не поленись, забеги туда, там есть уютный уголок за истертым маленьким столиком, на который не падает обжигающий неаполитанский луч солнца. Закажи в белой чайной чашке кофе каррера. Сделай первый глоток. Закрой глаза. Замри. И ты поймешь: мир начинается с этого места» [1]. Сторителлинг – это всегда высокий творческий уровень и настоящее искусство, нацеленное на успех дела.

Нарративный характер придает рекламному тексту эффект очевидности и через красоту и необычность внешних деталей создает атмосферу романтической истории. Здесь проявляется такой маркетинговый механизм продвижения элитарных товаров, как «вкус к роскоши» (П. Бурдьё). Статусными маркерами рекламного текста выступают образы, отождествляемые с престижным стилем жизни, желаемым для многих потребителей. На это нацелен завершающий абзац: «Я делаю бутик женской одежды, так, как будто пишу историю для тебя, сказку, в которой главный герой – мода, модная идея. Я создаю декорации, в которой буду ставить модные спектакли, потому что вы все забыли, что мода – это искусство. Я заставляю вас плакать и сопереживать моим героям. Я покажу вам такие сюжеты и линии, цветовые сочетания и формы». Целая гамма чувств и переживаний привносят в рекламный текст то, что исследователь С. Н. Бердышев называет «достаточно стабильным последствием» [1], создающим определенный отпечаток в памяти реципиента и служащим для последнего путеводителем в мире товаров. В мире, где царит товарное изобилие, новые рекламные тексты могут стать стимулом для воплощения мечты

и надежды. Возникающая в результате магическая сила бренда начинает ассоциироваться с товаром, и предполагаемый эффект может быть получен от большого эмоционального переживания. Положительные отзывы об этом интернет-магазине доказывают правильность выбранной маркетинговой стратегии.

Одними из самых развитых сегментов региональных интернет-СМИ являются сетевые издания «Другой город», «Парк Гагарина», «Большая деревня. Сайт о Самаре, в которой интересно жить». Как показало исследование, здесь можно обнаружить немало интересных и содержательных текстов рекламы. В рамках рекламного проекта МТС, стартовавшего 16 апреля 2015 г., «Ты знаешь, что можешь» на сайте «Большая деревня. Сайт о Самаре, в которой интересно жить» под рубрикой «Город и герои» публикуется большое количество рекламно-имиджевых текстов в формате сторителлинга. Ключевая составляющая сторителлинга – сюжет, и он должен оставаться занимательным, успешным, особенно если речь идет об индивидуальном успехе личности, но направленном на целевую аудиторию. Типичная история успеха: «Ты знаешь, что можешь: как маркетолог открыла студию акробатики» [9]. История молодой самарчанки Марины Семеновы, пересказанная автором текста Татьяной Симаковой и сопровождаемая фотографиями Артема Голякова, имеет черты рекламно-имиджевого текста, формирующего публичный капитал. Начало истории: «Я вышла замуж в 18 лет за человека, который был сильно старше меня. Мужу не нравились мои подруги и друзья-ровесники, и постепенно мое общение с ними сошло на нет». Дальнейшие знаковые этапы биографии сопровождаются рекламными маркерами: «SMM – основной канал продвижения студии. Сегодня, как говорят, если тебя нет в интернете, тебя вообще нет. К счастью, есть тарифы для смартфонов с безлимитным интернетом по вполне доступной цене – копейки в общих затратах». Формирование и поддержание интереса к базисному субъекту рекламы неотделимо в этом тексте от имиджевого аспекта, направленного на поведенческие изменения аудитории.

На сайте самарского электронного издания «Парк Гагарина» практикуются тексты, которые по своему объему, тематике, обработке фактов и коммуникативным технологиям вполне укладываются в формат сторителлинга, способного изменить мир в сознании полу-

чатателя информации. Это, конечно, не рекламные, а журналистские тексты об интересных и талантливых земляках, вносящих огромный вклад в культуру Самары. Но тот резонанс, который вполне ожидаем, соотносим с текстами рекламно-имиджевого характера. Например, одна из историй цикла «Художники земли самарской» написана в формате сторителлинга: «Из мастерской известного самарского художника Владимира Борисовича Романова совершенно дивный вид на Волгу. Пиши от души, и ходить куда не надо. Но на мольберте у него почти готовая сценка из парижской жизни, а в заглавнике для работы еще несколько схожих живописных сюжетов...» [2]. Такое начало истории не может оставить равнодушным посетителя сайта: разговорный стиль и лексика, узнаваемая горожанами личность вовлекают читателя в процесс коммуникативного соучастия. В отражении отдельных фрагментов социальной жизни, в указании на значимость и привлекательность объекта описания, в творческом «я» проявляется публицистическое начало и, одновременно, имиджевое.

На сайте «Другой город» в сторителлинге «Каменная гостья. Стояние Зои: где правда, а где вымысел» 27 января 2016 г. опубликован сторителлинг, посвященный одной из легенд Самары второй половины XX в., и получившей известность далеко за пределами города. В начале истории сказано: «60 лет назад, в январе 1956 года, на улицу Чкалова в Куйбышеве стали приходить тысячи людей, услышавших об окаменевшей девушке. ДГ собрал из разных источников информацию о произошедшем и изложил ее максимально кратко» [5]. Особенность данного текста не в попытке еще раз изложить городскую легенду, а в систематизации и обобщении уже известных фактов. Документализм, исследовательские методы сбора и комментирования разнообразных фактов придают авторскому тексту самобытный характер и главное – подогревают и сохраняют интерес к легенде как культурологическому фактору и знаковой составляющей имиджа старой Самары. Все это позволяет утверждать, что и в данном тексте реализованы рекламные функции.

Известно, что рекламное сообщение складывается из иконических и вербальных компонентов. Мультимедийная структура сетевого текста, обладающего единым семантическим пространством, обеспечивает сильное воздействие, рассказывает о товаре и показывает его качественно – в цвете, звуке,

движении. При этом инновационная реклама способна значительно расширить функции рекламного предложения, привлечь внимание потребителей услуг и сформировать положительное отношение к тому или иному виду рекламы. В условиях жесткой конкуренции производителям товаров и услуг, а также их распространителям, чтобы сохранить и приумножить объемы продаж, необходимо постоянно привлекать внимание клиентов к продукции и услугам. Рекламный текст, будучи «очевидной языковой данностью» (А. Н. Назайкин), может стать основой и для такого востребованного и модного сейчас формата, как лонгрид. Его цель – удержать пользователя на платформе как можно дольше силами одного материала, повысить престиж медийного бренда в его глазах [13]. Типичные рекламные лонгриды придают изданию деятельностный, прагматический характер, позволяют выделиться среди подобных изданий. Сам формат создан несколько лет назад интернет-специалистами как способ организации нестандартного технологичного сетевого текста. Пока он востребован среди журналистов и рекламодателей, стремящихся к созданию альтернативного мультимедийного продукта.

По образному выражению Никиты Обухова, основателя TildaPublishing, креативного директора студии FunkyPunky, «грамотный дизайн лонгрида способен превратить простыню текста в настоящее приключение и увлечь. Он не только удерживает внимание на время чтения, но заставляет возвращаться к материалу через какое-то время» [6]. Прагматическая направленность длинных рекламных текстов объясняется экономической мотивацией, стремлением к достижению успеха и ярче выражает цель речевой коммуникации. В них сочетаются черты устной и письменной речи. Рекламный лонгрид, помимо вербального текста, содержит мультимедийный контент: иллюстрации, фотографии, видеоролики, инфографику. В результате текст, графика и видео действуют в лонгриде на равных правах, воплощая совершенно новый формат распространения информации в интернет-пространстве. Специалисты Надежда Ткачук и Ангелина Горбунова справедливо замечают: «В этом стройном мультимедийном оркестре читатель смог оценить все возможности разных медиа, увидев нечто вроде разделенного на кусочки фильма» [10]. Длинные тексты в Интернете, как правило, чаще всего подаются в таких жанровых фор-

мах, как репортаж во всех его разновидностях, портретный очерк и даже интервью, если оно соотносится со стратегией продающего текста. С точки зрения организации речи зачастую это монолог, позволяющий передать внутренний мир героя. В такой продукции значительно больше текста, чем обычно бывает в традиционных интернет-публикациях, материалы требуют более сложной индивидуальной подачи и дополнительной верстки.

Лонгрид может включать всевозможный контент: видео, инфографику, интерактивные картинки, цитаты, фотографии, иллюстрации. Рекламный текст, выполненный в формате лонгрида, выглядит как специфический способ организации содержания, и его следует изучать в отношении к условиям, в которых он произведен. Это, прежде всего, инструменты убеждения и аргументации. На сайтах онлайн-изданий Lenta.ru, The Village.ru, Look at me.ru, Sobaka.ru. сегодня можно познакомиться с рекламными текстами, написанными в данном формате. Популярный новостной сайт “The Village” практически состоит из таких текстов. Тематика историй на сайте самая разнообразная, и в то же время подходы к раскрытию рекламной идеи бывают однотипными в плане использования дополнительных мультимедийных средств. В основном используются текст, фотографии или иллюстрации и реже инфографика, видео.

Распознаваемость рекламного текста – это только часть маркетинговой стратегии, особенно если найдено удачное творческое решение, вызывающее удивление и эмоциональную насыщенность. Лонгрид, посвященный магазину по продаже кроссовок («Sneaker White на Покровке») [1], сразу же обращает на себя внимание эмоциональной аргументацией подзаголовка. Автор – креативный директор магазина Илья Клен – начинает текст следующей фразой: «Ослепительно-белые кроссовки в стерильном интерьере – команда Sneakerhead осваивает новый формат»; и далее идет рассказ о необычном интерьере магазина («концепция белого магазина с полностью белым ассортиментом»). У такого текста есть все шансы быть прочитанным до конца.

Таким образом, современная реклама в Интернете отличается широким спектром форм и способов подачи информации. Специалисты в области продвижения интернет-торговли учитывают все возможности новейших компьютерных технологий и нестандартных способов

подачи материала. Их использование приводит к изменению природы и качества рекламы. Однако новые форматы рекламных текстов на российских сайтах пока не появляются в том объеме и того качества, которое от них требуют вызовы времени.

Список литературы

1. Бердышев, С. Н. Рекламный текст. Методика составления и оформления / С. Н. Бердышев // Библиотека Куб. – URL: http://www.e-reading.club/chapter.php/102994/4/Berdyshev_Reklamnyii_tekst_Metodika_sostavleniya_i_oformleniya.html.
2. Владимиров, А. Окно в Париж / А. Владимиров // Парк Гагарина. – 2014. – 31 июля. – URL: <http://www.parkgagarina.info>.
3. Гопиус, К. Строчный сторителлинг / К. Гопиус, Р. Масленников // Литрес. – 2014. – URL: <http://www.torbina.com>viewtopic.php?t=133269>.
4. Казаков, И. Игра на опережение: Интернет по популярности догоняет телевидение / И. Казаков // Изв. – 2016. – 26 января.
5. Клен, И. SneakerWhite на Покровке / И. Клен // URL: <http://www.the-village.ru/village/service-shopping/shops/229585-sneaker-white>.
6. Колеблющийся маятник: самый влиятельный рекламщик мира выступил в поддержку печати // Гильдия издателей периодич. печати. – 2016. – 11 января. – URL: <http://www.Gipp.ru>print.php?id=56626>.
7. Кочетков, А. Каменная гостя. Стояние Зои: где правда, а где вымысел / А. Кочетков // Другой город. – 2016. – 26 января. – URL: <http://www.drugoigorod.ru>zoia-60/>.
8. Обухов, Н. 35 лонгридов с отличным дизайном / Н. Обухов // Отобрано с любовью командой TildaPublishing. – URL: <http://www.blog.tilda.cc>lohgreads>.
9. Отчет о научно-исследовательской работе. Проведение международного мониторинга отраслевых исследований и подготовка обзора «Тенденции и прогноз развития печатных СМИ до 2020 года». – М., 2008. – URL: <http://www.Slideshare.net/BATIMoldova/2020-28611879>.
10. Симакова, Т. Ты знаешь, что можешь: как маркетолог открыла студию акробатики / Т. Симакова. – URL: <http://www.bigwill.ru>.
11. Ткачук, Н. Длинные формы. Культура чтения в эру цифровой журналистики / Н. Ткачук, А. Горбунова // Частный корреспондент. – URL: <http://www.chaskor.ru>p.php?id=38013&preview=1>.
12. Тренды контекстной рекламы на 2016 год // Есть мнение. – URL: <http://www.Advertology>Article134978>.
13. Пуля, В. Журналист-дирижер и 5 уровней восприятия медиа / В. Пуля // Сборник статей открытой сессии «Медиаконвергенция, которая изменила мир», РГГУ, 9 апреля 2014. – М., 2014. – URL: <http://www.mediatoolbox.ru>...zhurnalist...vospriyatiya-media>.
14. Яндекс запустил новый формат рекламы // Наука о рекламе. – 2016. – 20 января. – URL: <http://www.Sostav.ru>article135026.htm>.

Сведения об авторе

Борщева Наталья Николаевна – кандидат филологических наук, доцент кафедры журналистики, Самарский государственный социально-педагогический университет. Самара, Россия.
borshiova@yandex.ru

*Bulletin of Chelyabinsk State University. 2016. No. 13 (395).
Philology Sciences. Issue 104. Pp. 34–41.*

THE INNOVATIVE TECHNOLOGY OF THE ADVERTISING TEXT ON THE INTERNET

N. N. Borshova

Samara state social and pedagogical university, Samara, Russia. borshiova@yandex.ru

Internet now becomes a new component: growing Internet advertising market. Network industry affects the marketing, advertising mechanisms. The problem – to keep in the face of fierce competition and advertising to consumer audiences. Innovations include not only the advanced technology of advertising. Using multimedia capabilities, copywriters and distribute them on ways to create modern advertising texts.

Keywords: *communication, advertising text, innovative technology, storytelling, longridy.*

References

1. Berdyshev S.N *Reklamnyj tekst. Metodika sostavleniya i oformleniya* [Advertising text. Methods for the preparation and presentation]. Available at: http://www.e-reading.club/chapter.php/102994/4/Berdyshev_Reklamnyii_tekst_Metodika_sostavleniya_i_oformleniya.html. (In Russ.).
2. Vladimirov A. Okno v Parizh [Window to Paris]. *Park Gagarina* [Gagarin Park], 2014, 31 jul. Available at: <http://www.parkgagarina.info>>. (In Russ.).
3. Gopius K., Maslennikov R. Stroprocentnyj storytelling [Stroprotsentny storytelling]. *Litres*, 2014. Available at: <http://www.torbina.com>viewtopic.php?t=133269>. (In Russ.).
4. Kazakov I. Igra na operezhnenie: internet po populjarnosti dogonjaet televidenie [The game is ahead of the curve: Internet popular catches up with TV]. *Izvestija* [News], 2016, 26 jan. (In Russ.).
5. Klen I. *Sneaker White na Pokrovke* [Sneaker White Pokrovka]. Available at: <http://www.the-village.ru/village/service-shopping/shops/229585-sneaker-white>. (In Russ.).
6. Kolebljushhijsja majatnik: samyj vlijatel'nyj reklamshhik mira vystupil v podderzhku pechati [Oscillating pendulum: the most influential advertiser in the world have supported the print]. *Gil'dija izdatelej periodicheskoj pechati* [Guild of Press Publishers], 2016, 11 jan. Available at: <http://www.Gipp.ru>print.php?id=56626>. (In Russ.).
7. Kochetkov A. Kamennaja gost'ja. Stojanie Zoi: gde pravda, a gde vymysel [Stone guest. Standing Zoe: where truth and fiction]. *Drugoj gorod* [Another city], 2016, 26 jan. Available at: <http://www.drugoigorod.ru>zoya-60/>. (In Russ.).
8. Obuhov N. 35 longridov s otlichnym dizajnom [35 longido with a great design]. *Otobrano s ljubov'ju komandoj Tilda Publishing* [Selected team with love Tilda Publishing]. Available at: <http://www.blog.tilda.cc>lohgreads>. (In Russ.).
9. *Otchet o nauchno-issledovatel'skoj rabote. Provedenie mezhdunarodnogo monitoring otraslevykh issledovanij i podgotovka obzora «Tendencii I prognoz razvitija pechatnyh SMI do 2020 goda»* [Report on research work. An international monitoring sectoral studies and preparation of survey “Trends and forecast of the print media until 2020”]. Moscow, 2008. Available at: <http://www.Slideshare.net/BATI-Moldova/2020-28611879>. (In Russ.).
10. Simakova T. Ty znaesh', chtomozhesh': kak marketolog otkryla studiju akrobatiki [You know you can: as a marketer opened a Studio of acrobatics]. *Bol'shhaja derevnja* [Most of the village]. Available at: <http://www.bigwill.ru>. (In Russ.).
11. Tkachuk N., Gorbunova A. Dlinnye formy. Kul'tura chtenija v jeru cifrovoj zhurnalistiki [Long form. Reading culture in the era of digital journalism]. *Chastnyj correspondent* [Private correspondent]. Available at: <http://www.chaskor.ru>p.php?id=38013&preview=1>. (In Russ.).
12. Trendy kontekstnoj reklamy na 2016 god [Trends of contextual advertising in 2016]. *Est' mnenie* [There is an opinion]. Available at: <http://www.Advertology>Article134978>. (In Russ.).
13. Pulja V. Zhurnalist-dirizheri 5 urovnej vosprijatija media [Journalist-conductor and 5 levels of perception media]. *Sbornik statej otkrytoj sessii «Mediakonvergencija, kotoraja izmenila mir»*. RGGU,

2014. 9 *aprelja* [Collection of articles open session “media convergence, which changed the world.” State Humanitarian University. April 9, 2014]. Moscow, 2014. Available at: <http://www.mediatoolbox.ru>...zhurnalist...i...vospriyatiya-media>. (In Russ.).

14. Yandex zapustil novyj format reklamy [Yandex has launched a new advertising format]. *Nauka o reklame* [The science of advertising], 2016, 20 jan. Available at: <http://www.Sostav.ru>article135026.htm>. (In Russ.).

ББК Ш12=411.2,320
УДК 811.161.1'373

ИСТОРИЯ, СЛОВООБРАЗОВАНИЕ И ЭТИМОЛОГИЯ ДРЕВНЕРУССКОГО ПРИДВОРНОГО ЧИНА КРАВЧИЙ

Г. К. Валеев

Челябинский государственный университет, Челябинск, Россия

Рассматриваются исторические и лингвистические проблемы, связанные с функционированием в Московской Руси сер. XV – нач. XVII в. придворного чина *кравчий*. С привлечением обширных словарных и исторических данных русского и польского языков доказывается, что функционирование придворного чина *кравчий* на территории Московской Руси, Польско-Литовского государства связано с мощным военным, административным и культурным влиянием на формирование государств Восточной Европы Золотой Орды. Институт виночерпия-кравчего на Востоке с древнейших времен был связан с традициями хранителя и сказителя исторических легенд, выполнявшего на пирах при правителях роль тамады. В качестве основы русского слова *кравчий* предлагается тюркское *köräqäçi*: «виночерпий – тамада». Опровергается единственная существующая версия толкования слова *кравчий* через польское *krajczy* «рушитель, резчик хлеба, еды».

Ключевые слова: *придворный чин кравчий, Московская Русь XV–XVII вв., история реалии, функционирование, этимон, золотоордынский татарский язык, восточные источники слова.*

Дворцово-вотчинная система управления, господствовавшая на Руси до XV в., с усилением централизованного государства усложняется и дифференцируется. «Лествица чинов» Московской Руси формируется в период царствования Ивана Грозного до Алексея Михайловича. Феодальная верхушка этого времени включалась в два списка: московский и городской. В последнем состояли *дворяне городовые* и *дети боярские*, отмечавшиеся в «десятиях» – документах смотров по уездам.

Высшее чиновничество государства включалось в московский список, возглавляемый боярами. *Бояре*, численность которых колебалась от 13 (1630 г.) до 63 (1693 г.), и *окольничие* от 4 (1627 г.) до 55 (1690 г.) были неизменными участниками верховного совещательного органа – Боярской думы. Реально в заседаниях Думы участвовало немного бояр и окольничих. Они занимали высшие государственные, военные и дипломатические должности, были в отпусках по болезни, старости и так далее. В работе Думы участвовали *думные дворяне* (в разное время их было от 1 до 40 человек) и *думные дьяки* (обычно единицы). Это были представители незначительных родов, видные военные специалисты, приказные деятели, чей совет необходим был в Думе. Они не включались в придворные чины.

В московский список, кроме членов Боярской думы, входили *стольники*, представители знатных родов и незначительных московских фамилий, лично заслуживших эту честь, *стряпчие* (в разное время до тысячи человек), *дворяне московские*, служившие в тяжеловооруженном конном корпусе – Московском полку, *жильцы* (до двух тысяч молодых дворян московского списка) и *дьяки* (руководители приказов и приказных изб в городах).

Все чины московского списка ежегодно заносились в боярские списки и издаваемые время от времени боярские книги. Все феодалы без исключения начинали службу с низших чинов московского списка, большинство с жильцов, знатные боярские фамилии по крайней мере со стольников. Для пополнения московского списка социальным лифтом служил чин дьяков, который пополнялся из подьячих, служащих московских приказов, из городских дворян или купцов.

Несколько сот стольников – чин стольника появился еще в удельный период – обслуживали царские пиры и приемы, разнося яства и напитки. Затем стольники с соответствующим поместным и денежным окладом служили в армии полковниками и ротмистрами, в городах и посольствах воеводами; послами и их товарищами («помощниками»), в приказах – судьями.

Особое место занимали придворные чины, обслуживавшие самого царя и царицу: *комнатные стольники и спальники, кравчий «доверенный стольник, наряжавший государю вина (виночерпий) и заботившийся о царском питье», постельничий, ловчий* – организатор царской охоты, *казначей, стряпчий с ключом* – дворцовый эконом, *печатник* – хранитель государственных печатей, *ясельничий* – конюший, ответственный за выезд царя [1; 18; 40].

Социально-экономическая и культурная жизнь Северо-Восточной Руси в течение двух с половиной веков протекала под протекторатом Золотой Орды и непосредственно заимствовала культурные приобретения и достижения своего сюзерена. Московская Русь, освобождаясь от татаро-монгольского ига, свое внутреннее устройство и, не имея другого опыта, международную жизнь строила по татарскому образцу. М. Н. Покровский отметил, что московское правительство унаследовало от татар податное обложение и сошное письмо. Татары, «не довольствуясь прежними способами сбора – отчасти по аппетиту берущего, отчасти по силе сопротивления дающего, – организовали правильную систему раскладки, которая намного веков пережила самих татар. Первые переписи тяглого населения непосредственно связаны с покорением Руси Ордой; первые упоминания о «сошном письме», о распределении налогов непосредственно по тяглам (“соха” – 2 или 3 работника), связаны с татарской данью XIII века... Московскому правительству впоследствии ничего не оставалось, как развивать далее татарскую систему, что оно и сделало» [27].

М. Г. Худяков отмечает, что «государственная система, введенная завоевателями в побежденной стране, представляла собой верх обдуманности и дисциплины по сравнению с тем патриархальным укладом, какой существовал на Руси до татар. С основами государственной культуры русские познакомились через татар...» [47. С. 236–241]. Это – учет населения посредством переписей, принудительная система податей, налогов и пошлин, необходимость поддержания этой системы и подготовка огромного числа чиновников, унаследованная татарами в Китае; авторитарная власть московского царя и состав Боярской думы, совпадающей с татарской вплоть до терминологии (в татарских государствах совет состоял из *карачей* «советников», *бояр* – древний тюркизм в русском языке, *огланов* «сыновей», по-русски

«детей боярских»). Худяков обратил внимание на тожество состава первых земских соборов и курултая: как на «Стоглаве» 1551 г., бывшем симфонией духовенства, «синклита» (Боярской думы) и воинства, так и на состоявшемся Казанском курултае того же года участвовали духовенство, князья и огланы. Русский суд, где каждый «правит свое дело» через челобитные, и татарский суд с хакимом и казы очень похожи друг на друга по судопроизводству и разительно отличаются от европейских судов, строившихся на прецедентах. Таможенная (тюрк. *тамга* «клеймо», «печать») и почтовые службы («ямская гоньба») русскими тоже были унаследованы у татар. На строительство новой армии (ср. турецкое *янычары* – *уену сери* «новое войско»), вероятно, повлияло устройство восточных армий. Так, например, И. С. Пересветов, из городских дворян, передавший Ивану IV в 1549 г. две свои челобитные, был ярым сторонником самодержавия, завоевания Казани и в своем «Сказании о Магмет-Салтане» в качестве идеального государства обрисовал Оттоманскую Порту [26]. Не случайно в 1550 г. перед казанским походом в русской армии появились стрелецкие полки общим числом в 3 тысячи человек и *ертоулы* – части, выполнявшие разведочные и саперные функции, мостившие гати, строившие мосты и готовившие броды и так далее.

Востоковед Н. И. Веселовский свою работу «Татарское влияние на посольский церемониал в московский период истории» начинает так: «Посольский церемониал в московский период русской истории носил в полном, можно сказать, объеме татарский или вернее – азиатский характер... Что церемониал был нами заимствован у татар, это понятно само собой. В течение долгого периода великие князья русские имели дипломатические отношения только с золотоордынскими ханами и с великими ханами в Монголии, должны были поневоле подчиняться требованиям этих ханов; а затем и сами усвоили их так основательно, что считали весь церемониал своим собственным и не отступали от его требований до Петра Великого, изменившего его на европейский манер. Если бы московское правительство и не пожелало почему бы то ни было действовать по татарской указке, то оно прямо не имело возможности заменить ее какою-либо другою, и церемониал был так устойчив, что на нем даже не заметно влияния европейской струи, внесенной к нам хотя бы Софьею Палеолог» [4. С. 1].

То, что было сказано Н. И. Веселовским о посольском церемониале, можно, вероятно, перенести на торжественный стол, который был в том числе и неотъемлемой частью посольского церемониала. Столовый наряд у всех народов тщательно регламентирован, ревностно соблюдается и очень консервативен. Русский царский торжественный стол был расписан, все должностные лица, обязанные обслуживать царский стол, назначались именными указами. Они все присягали «государю служить и прямити и его государева здоровья во всем оберегати и ничем его государева здоровья в естве и в питье не испортити и зелья и коренья лихова ни в чем не дати и мимо себя никому дати не велети, и дурна и лиха никакого над государем своим не чинити» [28. С. 210]. Каждый придворный, передавая блюдо следующему чину, обязан был «откушать», попробовать блюдо. Последним пробовал царское блюдо и питье кравчий. Царский столовый церемониал пришел на смену княжеским столам удельного периода, формировался при великих князьях московских, потомках Дмитрия Донского, а при Иване IV Грозном и его приемниках достиг своего расцвета. Почетные (торжественные, праздничные, посольские) столы включали в себя более сотни перемен блюд, продолжались нередко до полусуток. Число обслуживавших стол во главе с боярином-дворецким со товарищем стольников, стряпчих, дворцовых дьяков, степенных ключников соразмерялось числом и знатностью гостей и простиралось до 300 и более лиц. В Грановитой палате царь садился за обедом за свой царский стол, дворецкий обслуживал государя за отдельным царским кормовым поставцом. «Перед царским местом ставился приступ о двух ступенях, обитый цветным персидским шелком. Приступ устраивался для **кравчего**, который восходил на него, **подавая пить и ставя есть** на царский стол. Кравчий с товарищем своим, стольником, у царского стола находился безотходно» [15. С. 365]. В «Актах исторических...» весь процесс кратко записан так: «Стольники мают повинность перед государя за стол еству носить, а **крайчей**, стоя у стола, **у них еству принимает и перед государя ставит**» [35. С. 10].

Писатель А. К. Толстой, в своем творчестве «старавшийся соблюдать истину и точность в описании характеров и всего, что касается народного быта и до археологии», в романе «Князь Серебряный» восьмую главу «Пир» полностью посвятил дотошному описанию

пира, устроенного царем Иваном Васильевичем в Александровской слободе для 600 с лишним опричников и гостей. «Смотрели в царский стол» кравчий Федор Алексеич Басманов с шестью стольниками [45]. В 1553 г. англичанин Климент Адам говорит о семи товарищах кравчего [25].

«Царицны столы давались обыкновенно в ее Золотой палате, иногда в ее Столовой или в Передней, для самой царицы накрывался особый стол. У ее стола стояла всегда боярыня **кравчая и с нею другая боярыня** в помощь. Они **принимали и подавали ествы**. Но за торжественными столами должности кравчих исполняли ближайшие к царице лица из мужчин. Так, за столами царицы Наталии Кирилловны, кроме боярынь, **принимали ествы** ее отец Кир. Пол. Нарышкин и Арт. Серг. Матвеев» [16. С. 153]. «В январе 1536 г. у вдовствующей правительницы княгини Елены Васильевны (Глинских) была на приезде Шигалеева жена царица Фатма Салтан... А в кравчих был у вел. государыни Ив. Ив. Челяднин, а у царицы был кравчий Вас. Репнин» [16. С. 154–155].

По словам историка Н. П. Павлова-Сильванского, знатока социальных и политико-юридических отношений феодальной Руси, «почетнейшей должностью была должность кравчего. На церемониальных обедах он **подавал блюда царю и наблюдал за стольниками, прислуживавшими сановникам, боярам и послам**. За некоторыми исключениями случайных людей (Басманов, Годунов), кравчие назначались из лучших фамилий, нередко перворазрядных, боярина. Большинство кравчих оставались на этой должности неподолгу, от одного до пяти лет; очень многие из них затем достигали боярства» [24. С. 154].

Кравчий стал постепенно обозначать не только придворную должность, но и чин при царе, царице, некоторых боярах и высших церковных иерархах, 1653: *гсть носят предъ патриарха все диаconi, въ кравчей архидиаconъ* [36. С. 403]. Слово часто употребляется в памятниках XVII в. и памятниках Петровского периода: в «Письмах и бумагах Императора Петра Великого», «Архиве князя Куракина», «Московских ведомостях» времен Петра Великого и других, 1724: *«С кушаньем до Императорского Стола или следующим образом. Сперва Великий Маршал, за ним Обер Гоф Меистер, по том Кравчей, за ним Офицеры с кушаньем»* (Описание коронации Екатерины I) [34. С. 218].

Подытожим функциональные обязанности кравчего по письменным источникам, исследованиям историков, толковым и историческим словарям. 1600: *гсть носят предъ патриарха все диаконы, въ кравчей архидиаконъ* (Проскинитарий Арсиния Суханова) [36. С. 403]; 1610: *... а крайчей... у них еству принимает и перед государя ставит* (Акты исторические...) [35. С. 10]; *Кравчей, обер-гофмаршалк* [43. С. 341]; *Крайчий был тоже, что ныне обер-шенк* (17. Т. VII. Гл. 3); *Кравчий – ринсерпа* [12. С. 84]; *Приступ устраивался для кравчего, который восходил на него, подавая пить и ставя есть на царский стол* [15. С. 365]; *Кравчая и с него другая боярыня ... принимали и подавали ествы* [16. С. 153]; *Кравчий, крайчий – царедворец, заведовавший напитками царского стола* [11. С. 267]; *Кравчий «...подавал блюда царю и наблюдал за стольниками, прислуживавшими сановникам, боярам и послам»* [24. С. 154]; *Старший царедворец, заведовавший напитками царского стола; обершенк* [38. Стлб. 2577]; *Кравчий – «доверенный стольник, наряжавший государю вина (виночерпий) и заботившийся о царском питье»* [1. С. 328–331].

Исчерпывающее определение должностных обязанностей кравчего в финальной фазе существования этого социального института дано в «Словаре Академии Российской» 1791 г.: *«Придворный из первейших чиновников второй степени, соответствовавший нынешним обер-шенку и обергофмаршалу, которого должность была наблюдать все до стола государева касавшееся, как-то: кушанье, напитки и принадлежащие к тому сосуды, прислужников и порядок»* [30. С. 891]. Дефиниция полностью повторяется в «Словаре русского языка XVIII века» [34. С. 218].

Для царского допетровского периода русской истории слову *кравчий* можно дать следующее толкование: *«Почетная должность и придворный чин в Русском государстве XVI – нач. XVIII вв. при царе, царице, некоторых боярах и высших церковных иерархах, подававший питье и кушанье, следивший за порядком и переменой блюд и вин, наблюдавший за стольниками, чашниками, служившими за столом»*.

Поэтому ряд других определений слова *кравчий* в словарях являются некорректными: *«Кравчий... – боярин, ведавший царским столом»* [33. С. 118]; *«Кравчий. В Русском государстве до 18 в.: должностное лицо, ведающее столом, стольниками»* [23. С. 296]; *«Кравчий, крайчий, придворный сан, чин; кто*

рушит за столом жаркое, пироги» [7. С. 185]; *«Кравчий съ путем – должность кравчего во время царских поездок»* [36. С. 403] и др.

Однако кравчий, по словам К. П. Павлова-Сильванского и И. Е. Забелина, был придворной должностью и не являлся обязательным в выслуге в окольничие и бояре. Царским столом, в широком смысле слова, ведал Приказ Большого Дворца, состоявший из Сытного (питье), Кормового (съестное), Житенного (хлеб) дворцов и Хлебного двора, действительно руководимых боярином. Кравчий ведал во время пира только царским столом. «Вознаграждением за гражданскую службу было пожалование кормлений, или путей, как они назвались в удельно-феодальный период... Должности обыкновенно жаловались «с путем» [24. С. 29], в данном случае пути не имеют никакого отношения к царским поездкам.

Итак, на церемониальных обедах в Грановитой палате Большой, Кривой и другие приставные столы бояр, гостей, послов *смотрели в стол, строили ествы, пить подавали* стольники, чашники под присмотром боярина-дворецкого, **а кравчий, в узком понимании значения слова, со своим помощником («товарищем»), помощниками безотходно служил за личным столом царя (царицы, боярина, иерарха), «наряжал вино и подавал ество», вручал кубок царю при сказывании им заздравной чаши.**

Единственная этимология слова *кравчий*, данная во всех известных источниках, приходит в противоречие с основной и, видимо, первичной функциональной обязанностью кравчего-виночерпия. Она однозначно связывает *кравчий* через посредство Юго-Западной Руси с польск. *krajczy*, nomen agentis от *krajъсь*», «кроить, резать, рушить хлеб, мясо, съестное» [38. Стлб. 2577; 5. С. 147–149; 49. С. 367; 55. С. 374; 14. С. 72; 3. С. 174; 53. С. 49]. В польском языке слово фиксируется с 1500 г. В Речи Посполитой и Великом Княжестве Литовском кравчий, как и в Москве, придворная должность в том числе и высшая: *krajczy koronny* (в Польше) и *krajczy w Wielkiem Księstwie Litewskiem*. Первое объяснение, вероятно, обнаруживается в «Слове Правды», или в так называемой Брестской Библии 1563 г.: «Греческое слово (не указывается какое. – Г. В.), обозначающее просто *резать* (*kraiać*), а взято оно, вероятно, от нянь, которые при детках расчлениют еду или от крайчих (*krajców*), которые к столу подают или от давнего обычая, который бывал при дележе добычи». В фундаментальном 40-томном «Словаре польского

языка XVI века» [54], откуда мы взяли эту цитату, слово *krajczy* имеет два значения: 1. «Служащий, разрезающий и подающий продукты на стол», оно снабжено 12 латинскими аналогами: «устроитель», «начальник, смотрящий за разделкой еды», «рушитель еды», «отрывающий еду», «предвкушатель», «подаватель еды» и т. п. 2. «Придворный чиновник, главной обязанностью которого было разрезание еды и подавание блюд до пановства; с XVI в. титулатура достоинства».

Неожиданно в противоречие с предлагаемой этимологией к слову *krajczy* здесь же дается как синоним *kredencarz*, дериват от нем. *kredenzen* «подносить (вино), потчевать (чем-л.)», который явно не является синонимом к приведенным значениям слова.

Итак, в предложенной этимологии слова *кравчий* мы обнаруживаем ряд противоречий, требующий объяснения: 1. Расширительное толкование обязанностей кравчего, на которого возлагают среди прочих и несовместимые: рушителя тушек, мяса, всего съестного, раздатчика еды и виночерпия. 2. Актуализация общеславянского **krojiti* // **krajiti* в *nomina aqentis* только в польском. 3. Ограниченные хронологические рамки существования института кравчества: сер. XV в. – I-я четв. XVIII в. 4. Локализация термина и социального явления только на территории Польско-Литовского государства и Московской Руси (Украины, Белоруссии, Польши и России).

Судя по сводным диалектным материалам славянских языков, **krojiti* в значении «резать что-либо» присуще издревле всем славянским языкам, а формы с продленным корневым гласным типа польск. **krajati* О.Н. Трубачев не относит к праславянскому слою [52], что подтверждается и русскими диалектными данными. Дефиниция «нарезать ломтями, дольками (хлеб, мясо и т. д.), подавая на стол» в качестве первого значения слова *кравчий* представлено только в южных (курск., орл., тамб., тул., калуж., ряз., ворон., самар.) говорах [32]. А слово *кравчий*, кроме единственного примера из «Донского словаря» А. В. Миртова, взятого из исторической песни «Дружко каравай краить, серебряной нож маить», в русских говорах отсутствует [22. С. 150]. В русском языке слово *кравчий* // *крайчий* в обыденном значении «резчик мяса, хлеба» невозможен, таким образом, и в чисто словообразовательном плане.

Поэтому исследователи русского слово *кравчий* // *крайчий* дружно считают деэтимологизи-

рованным вариантом «первіснішого» *крайчий*, заимствованного с польского языка в XVI в. Действительно, в польском языке от *krajczy* формируется не только *nomina aqentis krajczy*, но и *krajcza*.

Кроме чисто функционального разхождения значений слова *кравчий* «резчик хлеба, мяса», зародившегося в польском языке, и *кравчий* // *крайчий* «придворный чин при высших государственных лицах», возникает еще один нериторический вопрос: Если Московская Русь находилась под влиянием Золотой Орды, почему Польша, динамично развивающееся в течение XIV–XVI столетий мощное европейское государство, бытовое значение давно существовавшего в языке слова экстраполировало в название высшей государственной должности почти одновременно с Москвой? Обычно имплицитным ответом служат ссылки на хронологию упоминаний слова *кравчий* в текстах, что снова не столь однозначно.

Н. М. Шанский не критично посчитал, что в русском языке слово *кравчий* «впервые отмечается в 1581 г. в «Памятниках дипломатических сношений с Римскою империей» [51. С. 367]. Фр. Славский пишет, что впервые *крайчий* как «придворный чиновник» в польских памятниках датируется 1500 г., а в русских с 1565 по 1704 гг. [53].

Необходимо внести коррекцию в хронологию слова *кравчий*. Сейчас считается, что впервые слово *кравчий* в русских источниках упомянуто в Львовской летописи (название условное) в связи с визитом в 1536 г. к вел. княгине Елене Васильевне Глинской казанской царицы Фатмы Салтан. Последним кравчим в русской истории был родственник Петра по матери Кирилл Алексеевич Нарышкин (1691–1692 гг.), но слово *кравчий* активно используется в документах в первой четверти XVIII в. (см. наши примеры под 1724 г.).

Самое замечательное, что на территории Украины и Белоруссии *кравчий*, *крайчий* фиксируется раньше, чем в собственно польских землях – с 1445 (Серет), 1451 (Луцк), 1489, 1502 (Слоним) [39. С. 471; 20. Стлб. 97].

Таким образом, слово *кравчий* в значении «виночерпий» пришло в Польско-Литовское государство и Московскую Русь с юга, юго-востока. Его источником мы считаем тюркский золотоордынский язык. Из-за чрезвычайной скудости письменных памятников по истории и народной культуре Золотой Орды воспользуемся данными современных тюрк-

ских языков и устными и письменными памятниками Востока. На евразийском пространстве несколько тысячелетий непрерывно контактируют многочисленные тюркские и иранские народы, которые выработали уже ряд общих фольклорных («бродячие сюжеты»), религиозных (ислам), графических (переход на арабское письмо), письменных (общие литературные жанры), языковых (абстрактные явления), этнографических (одежда, пища, жилье) и других культурных черт. Хорошо известно о существовании в доисламской жизни Ирана института саки. Еще Геродот, говоря о великой чести, которая была оказана при дворе Камбиса сыну Кира, некоему Прекраспу, отмечает: «...сын его был виночерпием у Камбиса, а это тоже – великая честь». В дальнейшем и тюркская знать стала пользоваться этим обычаем. В исламский период кравчий был возведен в высокий и почетный ранг. На Востоке кравчие, часто из талантливых отроков-рабов, должны были играть на музыкальных инструментах и исполнять на приемах как произведения устного народного творчества, так и литературные. Благодаря их деятельности сложился жанр сакинаме «книга саки», воспевавший былое величие древности. Произведения саки вошли в устное народное творчество персоязычных и тюркоязычных народов. В эпическом творчестве иранцев, азербайджанцев и народов Средней Азии, например, в цикле «Кёроглы-Гороглы» выступает саки, красавец-отрок Эйваз. Его имя созвучно с именем исторического Аяза, знаменитого кравчего, отрока султана Махмуда Газневида (999–1030 гг.), тюрка по происхождению. В таджикском эпосе «Гу-ругли», кроме главного героя Аваза, имеется фольклорный образ Саки, певца-сказителя и кравчего [19]. Возведение раба-отрока по достижению возмужалости после Аяза в ранг эмира или полководца при тюркских правителях, в частности Сельджукидах, Хорезмшахах, стало традицией. Жанру сакинаме отдали должное все великие персоязычные и тюркоязычные поэты Востока: Низами, Хусров, Кирмани, Хафиз, Тихрани, Ширази, Зухури, Бидиль, Партави, Навои, Санджара и др. Мостиком в передаче поэтических традиций Востока на тюркский север послужило выдающееся произведение хоризмийско-булгарского поэта XIII в. Кул Гали «Кысса-и Йусуф». «Сказание о Йосифе» интерпретирует известную библейскую и кораническую легенду о прекрасном Йосифе в мусульманских и тюрко-кыпчакских

традициях. Язык всех тюркских народов изобилует фарсизмами, поэтому персидское *ساقی* [саги] «кравчий, виночерпий, уст. музыкант, певец» в тюркской поэзии как показатель высокого стиля непременно сохраняется как *саки*. Только некоторые языки осложнили его словообразовательными вариантами: турец. *saki, sakici*; азерб. *saklar*, казах. *сақтар*.

Поэты при переводе в основном по подстрочнику классической персоязычной и тюркоязычной поэзии Востока на русский слово *саки* сохраняют либо переводят *виночерпий*, напр., в рубаи Омара Хайяма:

Скорее пробудись от сна, о мой саки!

Налей пурпурного вина, о мой саки! ...

Так как смерть все равно мне пощады не даст

Пусть мне чашу вина виночерпий подаст!

(пер. О. Румера)

Однако чаще всего передают его словом *кравчий*, из касыды Рудаки:

И кравчий за столом красив, приветлив и юн,

Отец его – хакан и мать его хатун

(пер. В Левика и М. Рейснер),

Подойди ко мне, кравчий, налей мне вина,

Чтоб душа моя стала блаженно-хмельна

(из поэмы Низами).

(пер. С. Липкина).

Сравним разные русские переводы из «Кысса-и Йусуфа» Кул Гали: *В темницу за взятки были заключены пекарь дворца и кравчий // Вместе с Йусуфом в темнице сидел бывший пекарь и бывший винодел египетского царя // Одновременно с Йусуфом в тюрьму попадают двое юношей: хлебодар и виночерпий.*

Перевод *саки* как *виночерпий* и *кравчий* на русский язык стал возможным, потому что переводчики считают их синонимами, а слово *кравчий* за несколько сот лет контактов с тюркскими народами было усвоено русской социальной верхушкой.

Если в тюркской поэзии до сих пор господствуют фарсизмы, в том числе и *саки*, то в быту в значении «виночерпий» используется слово *körägäçi*, которое мы и считаем источником русского слова *кравчий*.

Старотюркское *körägäçi* – *nomina agentis* от субстантива *körägä*. «В чагатайском *لگ روک*, *گ روک köpiэ* 1. место, посуда, откуда достают вино; *روک یچک* кравчий, виночерпий, объясняют это слово так: скамейка, на которую во время пира ставят кувшин с длинными горлышками; чаши и вообще посуда для вина, в особенности же кувшин с трубочкой сбоку» [2. С. 149]. Тат. *көрэгәче* «на пиру разливатель

медовухи, браги либо кумыса, распорядитель пира (тамада)» [44. С. 271], баш. *көрәгә* кожаный (из шейной шкуры животного) или украшенный резьбой, деревянный сосуд для подноски кумыса, браги, бузы на праздничное застолье; *көрәгәсе* «распорядитель пира, тамада». На пиру, во время межлиса – праздничного застолья *көрәгәсе* потчует, угощает, настоятельно заставляет пить. Обычно это знаток обычаев, внутривидовых связей, который не полезет за словом в карман, может кому-то дать стакан с посвящением – куплетом народной песни, кому-то сочинить экспромтом такмак-частушку. Обычно после песни-посвящения гость не смеет отказаться от угощения. Во время застолья принято говорить почти ритуальные посвящения к *körägä – körägä bata, körägä bäräkät* «пусть не оскудеет курага (крага)» и другие, когда обычно вносят вновь наполненный боценок и так далее. У восточных башкир *körägä* еще похвальное слово в честь хозяина [8; 31] У чуваш *кёреке* «1. передний, красный угол. 2. почетное место за столом. 3. праздничный стол, застолье, *кёреке юррисем* застольная песня, *кёрекеçĕ, кёреке нуçe* – тамада» [48. С. 170]. В золотоордынский период, несомненно, татары оказали огромное административное и культурное влияние на все подвластные народы. В том числе «татарский хан (а раньше болгарский царь) с установлением административного строя сильно импонировал чувашам. Все порядки и церемонии ханского двора они даже перенесли на своих богов и стали представлять их в виде великого хана и разных чиновников, окружающих, сопровождающих его и прислуживающих ему. Например: *тăвам ырă* – добрый дух, заседающий в диване (государственное учреждение, судебный трибунал, хум *кёрекеçĕ* – кравчий хана)» [13. С. 17].

Для решения фонетико-фонологических вопросов заимствованного слова необходимо сжато рассмотреть некоторые проблемы тюркского вокализма. Восемь пратюркских кратких гласных были системно противопоставлены друг другу по ряду *e//a, i//y, ö//o, ü//u*. По своему генезису и рефлексам в современных тюркских языках они принципиально отличаются друг от друга. Ряд языков, как башкирский и татарский, имеет девятую фонему *ä*, противопоставленную совместно с *e* также *a–e, ä//a*. Тюркологи ее для диахронических компаративных исследований считают не всегда релевантной [42]. Оппозицию по ряду четко отражало древнетюркское руническое письмо, которое

из-за контактов и инкорпорирования тюркского этноса в состав разных народов от Китая до Венгрии к XIII в. полностью выходит из обихода. Тюрки впоследствии пользовались разными системами письма: от китайского, согдийского, санскрита, арабского до греческого, латинского и кириллицы. Для языков всех народов, пользовавшихся этими графическими системами, оппозиция по ряду не была актуальной, и тюркский вокализм в них не отражается.

Поэтому одно и то же слово *لكرک* «деревянное блюдо» из знаменитого «Словаря тюркских наречий» Махмуда Кашгари 1074 г., которое мы считаем исходной формой для поволжского (чувашского, башкирского, татарского) *кёреке, көрәгә*, с арабской графики, не пользующейся практически огласовкой, даже в фундаментальных трудах транскрибируется по-разному *körkä* [10. С. 318], *куркă* [21. С. 403]. Уйгурское слово *اروک* «кувшин для омовения», данное в словаре Э. Н. Наджиба [46. С. 648] в русской транскрипции как [кора], вероятно, является безаффиксным этимологом слова. Русская транскрипция корня *кор // көр // кур* говорит о редуцированном характере безударной фонемы, что приводит к вторичному аблауту гласного в корне *кёр // көр*. Н. К. Дмитриев считает, что «как и *o*, башкирское *ө* – редуцированный и очень краткий. Исторически он соответствует звуку *u* других тюркских языков, из которого, очевидно, и развивался в результате его постепенной делабиализации» [9. С. 10]. Этого же мнения придерживаются Б. А. Серебренников и Н. З. Гаджиева [20; 29; 41].

Корень слова *روک* [кор], представленный в уйгурском языке, далее расширяется аффиксом *ьк // ьк: körkä, куркă, روک لگ, روک گ [köpiz], körägä*. Узкие тюркские гласные *y* [y], и *i* [i], *o* [o], *ö* [ö] отличаются, как пишет Н. К. Дмитриев, значительной краткостью и в безударных слогах двухсложных и многосложных слов подвергаются «особенно ощутительной редукции». Эта редукция наиболее сильно проявляется рядом с сонорными *p, l*: *урын – урны* «его место»; *янтра* вм. *янт^{ра}* «он велит закрыть» [9. С. 17]. Редукция гласных, описанная Н. К. Дмитриевым для башкирского языка, актуальна для истории всех тюркских языков [42]. В арабской графике редукция корневого гласного отразилась в чередовании *y, o // ø*: *الرك // روک*. Интервокальное *k* в составе аффикса *ьк // ьк* с последующим окончанием в наших примерах представлена как *kä // kâ // еке // گآ [gä] > iä // ägä*. Древнетюркский язык и болгарская

группа (чувакский язык) сохранили глухое *k*. Чагатайская, по современной классификации тюркских языков карлукская группа тюркских языков, куда входят староузбекский и старобухарские языки и кыпчакская (татарская и башкирская) группа, отразили переход интервокального *k > g* [Ķ]. Звуки *k, g* в тюркских языках считаются мягкими, что отразилось в написании после них гласных переднего ряда. Перед гласными заднего ряда вместо *g* встречается *γ*, поэтому ряд тюркологов *k, g* рассматривают как разновидности одной фонемы. Вследствие этого в тюркских языках в интервокальном положении нередко чередуются *k // γ // g // j // w // ø*: *böğürek > böjürek > казах., ккалп. *büjrek* > кбалк. *bürak*, баш. *böjör* «почка»; *bäläyü > др.-тюрк. *bäšägü* > тат. *bišaw* > казах., ног. *besew* > якут. *bähiz* «пятеро» [29; 42; 50]. Последний якутский пример подтверждает, что транскрипция финального *-ägä* в *körägä* как [köriz] вполне реальна.

С учетом редукции безударных гласных тюркских языков исходное слово может выглядеть так: **kʳᵏá* // *kʳᵏä*, а чувашское и татарское как *kʳᵏé, kʳᵏə*, а с аффиксом деятеля как *kʳᵏqʳᵏčī* > *krᵏqʳᵏčī*. Тюркские переднерядные *ä, ö, ü* в русских заимствованиях могут передаваться только через гласные заднего ряда. При межъязыковой тюркско-русской трансформации и транслитерации с переходными глайдами *h // γ* (в кириллице буква *z*) – *j // i* (буква *й*) – *u // w* (буква *в*) татарское слово *kʳᵏqʳᵏčī* > *krᵏqʳᵏčī* может выглядеть так: *крагчий* (вариант еще не зафиксирован) – *кравчий, крайчий*, польск. *krajczy* – белорус. *краўчы*.

Н. М. Шанский эволюцию тюркского агентивного аффикса *-čī* в истории русского языка в популярной форме проследил в заметке «Казначей, барабанщик, басмач» [49. С. 162–164]. В ранний письменный период тюркский аффикс *-čī* хорошо вписался в русский продуктивный словообразовательный ряд вербальных и именных дериватов, как *ловчий, гончий, рабочий, оружничий, подъячий, постельничий, возникчий, городничий*. После падения редукцированных они закономерно должны были в окончаниях перейти на *-ей* и образовать пары с книжным произношением, как *Сéргий* – *Сергéй*. В «Обратном словнике» «Словаря русского языка XI–XVII вв.», составленном по 28 опубликованным выпускам «Словаря», таких слов вместе с отпричастными русскими прилагательными: *зрячий, горячий, висячий*; притяжательными прилагательными на *-j*: *дитячий,*

волчий, карличий, – оказалось 303 единицы. Только десять из этих слов сумели сохранить как единственное или вариативное произношение на *-чей*: *арбачей, казначей* // *казначий, баграчей, накрачей* // *накрачий, домрачгый, сафрарчей, кравчей* // *кравчий* // *крайчий, киличгый, а(о)сламчей, заргучей, ка(о)пычей* [37]. Все они оказались тюркизмами.

Такая дилемма разрешается достаточно просто. К концу XV – нач. XVI в. аканье вышло уже из колыбели – верховьев Оки, правых притоков Днепра – Десны и Посемья и распространилось на территории исторических московских земель и Белоруссии. Поэтому possessивные и отпричастные прилагательные и существительные с финальным безударным *-чий* благодаря согласному *-ч-* смотрятся «более чем по-русски» и утрачивают всякую возможность сохранить финальное *-чей* (<*-чий*) и редуцируются. Произношение [*-чъ // -чь*] своеобразно отражает белорусская орфография – *сіні* «синий», *гарачы* «горячий». Тюркизмы в отличие от русских слов были с флексийным ударением *-чий*, несмотря на свою малоупотребительность, они частично удержали, в том числе и слово *кравчей*, свое сильное произношение в долгом *ъ*, что часто отражается и на письме – *кравчгый*, в форме женского рода *кравчея, кравчая*.

Хронотоп русско-белорусского аканья удивительно синхронизируется с интерферентной волной золотоордынского *körägäčī* на территории Московского и Польско-Литовского государств (белорусские и западно-украинские земли). Вопрос внутренней огласовки татарского слова в русской среде, вероятно, связан с законом восходящей звучности внутри морфемы, который никто не отменял, с вариативной вокализацией сонорного *р* в окружении редукцированных фонем, субститутивным влиянием русских чередований, как *ловьць* – *ловчий* и фонетической ассоциацией, *кравьць* «портной» – *кравчий*.

Итак, восточнославянское слово *кравчий* // *крайчий*, обозначающее придворный чин и должность при царе и других светских и церковных правителях, является естественным продолжением древнего института виночерпиев, саки, кравчих, воспетых в классических произведениях персоязычной литературы Востока.

Саки, кравчие, кроме функции виночерпия, исполняли роль поэтов и сказителей за пиршественным столом, что отчасти сохраняется у

татар, чуваш, башкир. Слово *кравчий* проникло в восточнославянскую среду под мощным административным и культурным влиянием Золотой Орды. Об этом свидетельствуют хронология и ареал заимствования: XV–XVI вв., Московская Русь и Великое княжество Литовское (до 1569 г.).

В Древней Руси с удельного периода при князьях существовала должность чашников, чашничих. С ростом государственного суверенитета Москвы возникла необходимость отдельного обслуживания царского торжественного, пиршественного стола, которую исправлял кравчий со товарищи, как «глава виночерпиев», как сказано в одном из источников.

На основе общеславянского **krojiti* «резать дольками хлеб, мясо, съестное» только в польском языке развивается продленный корневым гласный **krajiti* с *nomina agentis krajczy* «резчик мяса, хлеба». *Крайчий* через язык Юго-За-

падной Руси оказывает влияние на русское заимствованное слово *кравчий*. Поэтому в исторических словарях идет постоянное фонетическое и семантическое смещение и совмещение *кравчий* // *крайчий* – «виночерпий» // «резчик мяса, хлеба, съестного».

В свою очередь, через язык Юго-Западной Руси, Великое княжество Литовское название придворной должности кравчего вместе со всеми другими русскими должностями и чинами дублируется в Польско-Литовском государстве и накладывается на исконно польское *krajczy* «резчик мяса, хлеба». На такое развитие указывает и фонетико-статистические данные «Словаря польского языка» XVI в., в котором в обоих значениях «резчика мяса, хлеба» и «виночерпия» *krajczy* встречается 19 раз, *krejczy* – 3, *krajcza* – 2, но нет ни одного **krawczy* – соответствия русскому и белорусскому *кравчий* // *краўчы* [54].

Список литературы

1. Богданов, А. П. Комментарий / А. П. Богданов // Россия при царевне Софье и Петре I: записки русских людей. – М., 1990. – С. 328–334.
2. Будагов, Л. З. Сравнительный словарь турецко-татарских наречий / Л. З. Будагов. – СПб., 1869. – Т. II. – 416 с.
3. Булька, А. М. Даўня запазычанні беларускай мовы / А. М. Булька. – Мінск, 1972. – 384 с.
4. Веселовский, Н. И. Татарское влияние на посольской церемониал в московский период русской истории / Н. И. Веселовский. – СПб., 1911. – 19 с.
5. Вечеслова, Г. Л. Кравчий – кравчая / Г. Л. Вечеслова // Рус. речь. – 1981. – № 2. – С. 147–149.
6. Гарипов, Т. М. Фонемика урало-поволжских языков (с приложениями структурно-стереометрических таблиц) / Т. М. Гарипов. – Уфа, 1979.
7. Даль, В. И. Толковый словарь живого великорусского языка / В. И. Даль. – М., 1955. – Т. II. – 780 с.
8. Диалектологический словарь башкирского языка. – Уфа, 2002. – 432 с.
9. Дмитриев, Н. К. Грамматика башкирского языка / Н. К. Дмитриев. – М.; Л., 1948. – 276 с.
10. Древнетюркский словарь. – Л., 1969. – 676 с.
11. Дьяченко, Г. Полный церковно-славянский словарь / Г. Дьяченко. – М., 1993. – 1120 с.
12. Дювернуа, А. Л. Материалы для словаря древнерусского языка / А. Л. Дювернуа. – М., 1894.
13. Егоров, В. Г. Современный чувашский литературный язык в сравнительно-историческом освещении / В. Г. Егоров. – Чебоксары, 1971.
14. Етимологічний словник української мови. – Київ, 1983. – Т. 3. – 552 с.
15. Забелин, И. Е. Домашний быт русских царей в XVI и XVII столетиях / И. Е. Забелин. – М., 2000. – 365 с.
16. Забелин, И. Е. Домашний быт русских цариц в XVI и XVII столетиях / И. Е. Забелин. – Новосибирск, 1992. – 246 с.
17. Карамзин, Н. М. История Государства Российского / Н. М. Карамзин. – Т. VII. – URL: <http://yandex.ru/clck>.
18. Ключевский, В. О. Сочинения : в 9 т. / В. О. Ключевский. – М., 1987. – Т. 2, ч. 2. – 447 с.
19. Короглы, Х. Г. Взаимосвязи эпоса народов Средней Азии, Ирана и Азербайджана / Х. Г. Короглы. – М., 1983. – 346 с.

20. Литовская метрика. Книга судных дел. – Петербург, 1903. – Т. I.
21. Махмуд, ал-Кашгари. Диван Лугат ат-Турк / Махмуд, ал-Кашгари. – Алматы, 2005. – 1288 с.
22. Миртов, А. В. Донской словарь: материалы к изучению лексики донских казаков / А. В. Миртов. – Ростов-на-Дону, 1929.
23. Ожегов, С. И. Толковый словарь русского языка: 80000 слов и фразеологических выражений / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова. – М., 1995. – 928 с.
24. Павлов-Сильванский, К. П. Государевы служилые люди: люди кабальные / К. П. Павлов-Сильванский. – М., 2001. – 288 с.
25. Первое путешествие англичан в Россию в 1553 году // Журнал Министерства народного просвещения. – 1838. – Ч. 20, отд. II.
26. Пересветов, И. В. Сочинения Ивана Семеновича Пересветова / И. В. Пересветов // Памятники литературы Древней Руси: конец XV – XVI века. – М., 1984. – 768 с.
27. Покровский, М. Н. Русская история с древнейших времен: в 3 т. / М. Н. Покровский. – М., 1965. – Т. I, ч. III. – URL: dugward.ru...pokrovskiy_m...pokrovskiy...rus_ist1.html.
28. Сергеевич, В. И. Русские юридические ведомости / В. И. Сергеевич. – СПб., 1890. – Т. I.
29. Серебренников, Б. А. Сравнительно-историческая грамматика тюркских языков / Б. А. Серебренников, Н. З. Гаджиева. – М., 1986. – 302 с.
30. Словарь Академии Российской, произвольным порядком расположенный. – СПб., 1791. – Ч. III.
31. Словарь башкирского языка : в 2 т. – М., 1993. – Т. I. – 546 с.
32. Словарь русских народных говоров. – Куделюшки / гл. ред. Ф. П. Филин. – Л., 1979. – Вып. 15 – 399 с.
33. Словарь русского языка : в 4 т. – М., 1982. – Т. 2. – 736 с.
34. Словарь русского языка XVIII века. – М., 1998. – Вып. 10. – 256 с.
35. Словарь русского языка XI–XVII вв. – М., 1981. – Вып. 8. – 351 с.
36. Словарь русского языка XI–XVII вв. – М., 1980. – Вып. 7. – 403 с.
37. Словарь русского языка XI–XVII вв. Справочный выпуск. – М., 2004. – 814 с.
38. Словарь русского языка, сост. Вторым отделением Имп. АН. – Пг., 1916. – Т. 4, вып. 9.
39. Словник староукраїнської мови XIV–XV ст. – Київ, 1977. – Т. I.
40. Соловьев, С. М. Сочинения : в 18 кн. / М., 1989. – Кн. IV, т. 7–8. – 752 с.
41. Сравнительно-историческая грамматика тюркских языков. Пратюркский язык-основа. Картина мира пратюркского этноса по данным языка / отв. ред. Э. Р. Тенишев, А. В. Дыбо. – М., 2006. – 908 с.
42. Сравнительно-историческая грамматика тюркских языков. Региональные реконструкции / отв. ред. Э. Р. Тенишев. – М., 2002. – 767 с.
43. Татищев, В. Н. Избранные произведения / В. Н. Татищев. – Л., 1979. – 464 с.
44. Толковый словарь татарского языка : в 3 т. – Казань, 1979. – Т. II. – 726 с.
45. Толстой, А. К. Князь Серебряный: роман. Драма. Стихотворения. Баллады. Избранные письма / А. К. Толстой. – Л., 1982. – 512 с.
46. Уйгурско-русский словарь : около 33 000 слов / под ред Т. Р. Рахимова. – М., 1968. – 828 с.
47. Худяков, М. Г. Очерки истории Казанского ханства / М. Г. Худяков. – М., 1991. – 320 с.
48. Чувашско-русский словарь ок. 40000 слов / под ред М. И. Скворцова. – М., 1985. – 712 с.
49. Шанский, Н. М. В мире слов: кн. для учителя / Н. М. Шанский. – М., 1985. – 225 с.
50. Щербак, А. М. Сравнительная фонетика тюркских языков / А. М. Щербак. – Л., 1970. – 181 с.
51. Этимологический словарь русского языка / под ред. Н. М. Шанского. – М., 1982. – Т. II, вып. 8. – 470 с.
52. Этимологический словарь славянских языков. Праславянский лексический фонд / под ред. О. Н. Трубачева. – М., 1985. – Вып. 12. – 186 с.
53. Słowski, Fr. Słownik etymologiczny języka polskiego / Fr. Słowski. – Kraków, 1966. – Т. III.
54. Słownik polszczyzny XVI wieku. – Wrocław – Warszawa – Kraków – Gdańsk, 1978. – Т. XI.
55. Słownik Staropolski. – Wrocław – Warszawa – Kraków, 1960. – Т. 6, zes. 1–6.

Сведения об авторе

Валеев Гадель Камилович – кандидат филологических наук, доцент кафедры русского языка и литературы, Челябинский государственный университет. Челябинск, Россия.
vgadel@gmail.com

*Bulletin of Chelyabinsk State University. 2016. No. 13 (395).
Philology Sciences. Issue 104. Pp. 42–54.*

HISTORY, DERIVATION AND ETYMOLOGY OF ANCIENT COURT RANK *KRAVCHY*

G. K. Valeev

Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russia. vgadel@gmail.com

The article examines the historical and linguistic problems, relating to the functioning of court rank *kravchy* in Moscow Russia in the mid. XV – the beginning of XVII centuries. With the assistance of the extensive vocabulary and historical data of the Russian and Polish languages it is proved that functioning of court rank *kravchy* in the territory of Moscow Russia and the Polish-Lithuanian state is connected with the powerful military, administrative and cultural influence of the Golden Horde. Since ancient times the Institute of cupbearer-*kravchy* in the East has been associated with the traditions of a keeper and a storyteller of historical legends who performed the role of a toastmaster at feasts. As the basis of Russian word *kravchy* the Turkic word *kōrāqāci* “butler – toastmaster” is offered. The only existing version of interpretation of the word *kravchy* through the Polish *krajczy* «a bread and food cutter” is disproved.

Keywords: *court rank kravchy, Moscow Russia of XV–XVII centuries, history realities, functioning, etymon, the Golden Horde Tatar language, eastern sources of the word.*

References

1. Bogdanov A.P. Kommentarij [Comment]. *Rossiya pri tsarevne Sof'e i Petre: zapiski russkix lydej* [Russia at the Princess Sophia and Peter I: notes of the Russian people]. Moscow, 1990. Pp. 328–334. (In Russ.).
2. Budagov L.Z. *Sravnitel'nyj slovar' turetsko-tatarskikh narechij* [Comparative Dictionary of Turkish-Tatar adverbs], vol. II. St. Petersburg, 1869. 416 p. (In Russ.).
3. Bulyka A.M. *Dauniya zapazychanni belaruskaj movy* [Longtime borrowings of the Belarusian language]. Minsk, 1972. 384 p. (In Beloruss.).
4. Veselovskij N.I. *Tatarskoye vliyanie na posol'skoj tseremonial v moskovskij period russkoj istoriji* [The Tatar influence on the ambassadorial ceremony in Moscow period of Russian history]. St. Petersburg, 1911. 19 p. (In Russ.).
5. Vecheslova G.L. *Kravchij – kravchaya* [Kravchij – kravchaya]. *Russkaya rech* [Russian speech], 1981, no. 2, pp. 147–149 (In Russ.).
6. Garipov T.M. *Fonemika uralo-povolzhskikh jazykov (s prilozheniyami strukturno-stereometricheskikh tablits)* [Phonetics of the Ural-Volga languages (with application of structural and stereometric tables)]. Ufa, 1979. (In Russ.).
7. Dal' V.I. *Tolkovyj slovar' zhivogo velikoruskogo jazyka* [Explanatory Dictionary of living great Russian language], vol. II. Moscow, 1955. 780 p. (In Russ.).
8. *Dialektologicheskij slovar' bashkirskogo jazyka* [Dialectological Dictionary of the Bashkir language]. 2002. 432 p. (In Bashkir.).
9. Dmitriyev N.K. *Grammatika bashkiskogo jazyka* [The grammar of of the Bashkir language]. Moscow; Leningrad, 1948. 276 p. (In Russ.).
10. *Drevneturkskij slovar'* [Old Turkic dictionary]. Leningrad, 1969. 676 p. (In Russ.).
11. D'jachenko G. *Polnyj tserkovnoslavyaskij slovar'* [Full Church Slavic Dictionary]. Moscow, 1993. 1120 p. (In Russ.).

12. Dyvernua A.L. *Materialy dlya slovarya drevnerusskogo jazyka* [Materials for the dictionary of the Old Russian language]. Moscow, 1894. (In Russ.).
13. Jegorov V.G. *Sovremennyy chuvashskij literaturnyj jazyk v sravnitel'no-istoricheskom osveshchenii* [Modern Chuvash literary language in comparative-historical interpretation]. Cheboksary, 1971 (In Russ.).
14. *Jetimologichnyj slovnik ukrain'skoj movy* [Etymological dictionary of the Ukrainian language], vol. 3. Kiev, 1983. 552 p. (In Russ.).
15. Zabelin I.E. *Domashnij byt russkikh tsarej v XVI u XVII stoletiyakh* [Home life of the Russian Tsars in the XVI and XVII centuries]. Moscow, 2000. 365 p. (In Russ.).
16. Zabelin I.E. *Domashnij byt russkikh tsarits v XVI u XVII stoletiyakh* [Home life of the Russian tsarina in the XVI and XVII centuries]. Novosibirsk, 1992. 246 p. (In Russ.).
17. Karamzin N.M. *Istoriya Gocudarstva Rossijskogo* [History of the Russian State], vol. VII, ch. 3. Available at: <http://yandex.ru/clck/10.10.2016>. (In Russ.).
18. Klyuchevskij V.O. *Sochineniya* [Compositions]. *Kurs russkoj istorii* [Course of the Russian History], vol. 2. Moscow, 1987. 447 p. (In Russ.).
19. Korogly Kh.G. *Vzaimosvyazi epoca narodov Crednej Aziyi, Irana I Azerbajdzhana* [Relationships of epic peoples of Central Asia, Iran and Azerbaijan]. Moscow, 1983. 343 p. (In Russ.).
20. *Litovskaya metrika* [Lithuanian metric], vol. I. St. Petersburg, 1903. (In Russ.).
21. Makhmud al-Kashgari. *Divan Lugat at-Turk*. Almaty, 2005. 1288 p. (In Russ.).
22. Mirtov A. V. *Donskoj slovar': materialy k izucheniyu leksiki donskikh kazakov* [Don Dictionary: materials to the study of the vocabulary of the Don Cossacks]. Rostov-on-Don, 1929. (In Russ.).
23. Ozhegov S.I., Shvedova N.J. *Tolkovyj slovar' russkogo jazyka* [Dictionary of the Russian language]. Moscow, 1995. 928 p. (In Russ.).
24. Pavlov-Sil'vanskij K.P. *Gosudarevy sluzhilyye lyudi: lyudi kabal'nyye* [Sovereign's service people, people enslaving]. Moscow, 2001. 288 p. (In Russ.).
25. Pervoye putishestviye anglichan v Rossiyu v 1553 godu [The first trip of the British in Russia in 1553]. *Zhurnal Ministerstva narodnogo odrazovaniya* [Journal of the Ministry of national education], 1838, part 20, depart. II. (In Russ.).
26. Peresvetov I.V. *Sochineniya Ivana Semenovicha Peresvetova* [Works by Ivan Semenovich. Peresvetov]. *Pamyatniki literatury Drevnej Rusi: konets XV–XVI veka* [Monuments of literature of Old Russia: the end of XV–XVI century]. Moscow, 1984. 768 p. (In Russ.).
27. Pokrovskij M.N. *Russkaya istoriya s drevnejshikh vremen* [Russian history from the ancient times]. Rol' mongolo-tatarskogo iga. Znachenije mongolo-tatarskoj dani [The role of the Mongol-Tatar yoke. The value of the Mongol-Tatar tribute], vol. I, part III. Moscow, 1965. Available at: dugward.ru/pokrovskiy_m/pokrovskiy...rus_ist1.html. (In Russ.).
28. Sergejevich V.I. *Russkiye juridicheskiye vedomosti* [Russian juridical statements], vol. I. St. Petersburg, 1890. (In Russ.).
29. Serebrennikov B.A., Gadzhijeva N.Z. *Sravnitel'no-istoricheskaya grammatika tyurkskikh jazykov* [Comparative and Historical Grammar of Turkic Languages]. Moscow, 1986. 302 p. (In Russ.).
30. *Slovar' Akadtmiji Rossijskoj, proizvol'nym poryadkom raspolozhennyj* [Russian Academy Dictionary, arbitrary orders placed], part III. St. Petersburg, 1791. (In Russ.).
31. *Slovar' Bashkirskogo jazyka* [Dictionary of the Bashkir language], vol. I. Moscow, 1993. 546 p. (In Bashkir.).
32. *Slovar' russkikh narodnykh govorov* [Dictionary of Russian folk dialects], iss. 15. Leningrad, 1979. 399 p. (In Russ.).
33. *Slovar' russkogo jazyka* [Dictionary of the Russian language 1982], vol. 2. Moscow, 1982. 736 p. (In Russ.).
34. *Slovar' russkogo jazyka XVIII veka* [Dictionary of the Russian language of XVIII century], iss. 10. Moscow, 1998. 256 p. (In Russ.).
35. *Slovar' russkogo jazyka XII–XVII vv.* [Dictionary of the Russian language of XI – XVII centuries 1981], iss. 8. Moscow, 1981. 351 p. (In Russ.).
36. *Slovar' russkogo jazyka XII–XVII vv.* [Dictionary of the Russian language of XII–XVII centuries 1980], iss. 7. Moscow, 1980. 403 p. (In Russ.).

37. *Slovar' russkogo jazyka XII–XVII vv. Spravochnyj vypusk* [Dictionary of the Russian language of XII–XVII centuries 2004. Reference issue]. Moscow, 2004. 814 p. (In Russ.).
38. *Slovar' russkogo jazyka, sost., vtorym otdeleniyem Imp. AN* [Dictionary of the Russian language, compiled by the second department of the Imperial. AN], vol. 4, iss. 9. Petersburg, 1916. (In Russ.).
39. *Slovník staroukrajinského jazyka XIV – XV st.* [Dictionary of the old Ukrainian language of 14–15 centuries], vol. I. Kiev, 1977. (In Ukrain.).
40. Solov'jov S.M. *Sochineniya* [Compositions], book IV. *Istoriya Rossii s drevnejshikh vremen* [The history of Russia from the ancient times], vol. 7–8. Moscow, 1989. 752 p. (In Russ.).
41. *Sravnitel'no-istoricheskaya grammatika tyurkskikh jazykov. Pratyurkskij jazyk-osnova. Kartina mira pratyurkskogo etnosa po dannym jazyka* [Comparative and Historical Grammar of the Turkic languages. Turkic-language basis. Picture of World Turkic ethnic group according to language]. Moscow, 2006. 908 p. (In Russ.).
42. *Sravnitel'no-istoricheskaya grammatika tyurkskikh jazykov. Regional'nyye rekonstruktsii* [Comparative and Historical Grammar of the Turkic languages. Regional reconstruction]. Moscow, 2002. 767 p. (In Russ.).
43. Tishchev V.N. *Izbrannyye proizvedeniya* [Selected works]. Leningrad, 1979. 464 p. (In Russ.).
44. *Tolkovyj slovar' tatarskogo jazyka* [Explanatory Dictionary of the Tatar language], vol. II. Kazan, 1979. 726 p. (In Tatar.).
45. Tolstoj A.K. *Knyaz' Serebryanyj: roman. Drama. Stikhotvoreniya. Ballady. Izbrannyye pis'ma* [Silver Prince: a novel. Drama. Poems. Ballads. Selected letter]. Leningrad, 1982. 512 p. (In Russ.).
46. *Ujgursko-russkij slovar': okolo 33000 slov* [Uighur-Russian Dictionary: approx. 33000 words]. Moscow, 1968. 828 p. (In Russ.).
47. Khudyakov M.G. *Ocherki istorii Kazanskogo hanstva* [Essays on the History of the Kazan Khanate]. Moscow, 1991. 320 p. (In Russ.).
48. *Chuvashsko-russkij slovar': okolo 40000 slov* [Chuvash-Russian Dictionary: approx. 40000 words]. Moscow, 1985. 712 p. (In Russ.).
49. Shanskij N.M. *V mire slov: kn. dlya uchitelya* [In the world of words: teacher's book]. Moscow, 1985. 225 p. (In Russ.).
50. Shcherbak A.M. *Sravnitel'naya fonetika tyurkskikh jazykov* [Comparative phonetics of Turkic languages]. Leningrad, 1970. 181 p. (In Russ.).
51. *Etimologicheskij slovar' russkogo jazyka* [Etymological dictionary of the Russian language], vol. II, iss. 8. Moscow, 1980. 430 p. (In Russ.).
52. *Etimologicheskij slovar' slavyanskikh jazykov. Praslavjanskij leksicheskiy fond* [Etymological dictionary of the Slavic languages. Proto-Slavic lexical fund]. Moscow, 1985. 186 p. (In Russ.).
53. Ślawski Fr. *Słownik etymologiczny języka polskiego* [Etymological Dictionary of the Polish language], vol. III. Krakow, 1966. (In Polish).
54. *Słownik polszczyzny XVI wieku* [Dictionary of the Polish language], vol. XI. Wrocław; Warszawa; Kraków; Gdańsk, 1978 (In Polish).
55. *Słownik Staropolski* [Old Polish dictionary], vol. 6, part 1–6. Wrocław; Warszawa; Kraków, 1960. (In Polish).

УДК 821.512.133

НЕКОТОРЫЕ ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ТЕРМИНОВ АВТОДОРОЖНОГО СТРОИТЕЛЬСТВА В УЗБЕКСКОМ ЯЗЫКЕ

Т. Валиев

Каршинский государственный университет. Карши, Узбекистан

Рассматривается толкование дефиниции *термин* и анализируются наиболее употребительные в автомобильном дорожном строительстве термины. Указывается, что термины автомобильного строительства могут пополняться из общеупотребительной лексики и как лексические единицы делятся на моносемантические и полисемантические. В свою очередь, многозначные термины подразделяются на полисемантические, полифункциональные и омонимичные термины. Анализируются термины материалов и сооружений автомобильного строительства.

Ключевые слова: *узбекский язык, термины автомобильного строительства, полисемия, омонимия.*

Автомобильные дороги играют особую роль в системе дорог и дорожных коммуникаций. «Современная автомобильная дорога является инженерным сооружением, предназначенным для движения автомашин, которое состоит из слоя земли, оболочки дороги (поверхности дороги, места для перехода (полосы дороги) обочины дороги, а также знаков, регулирующих движение» [11. С. 27].

Автомобильные дороги в зависимости от выполняемой функции и значения делятся на несколько категорий:

- а) международная автомобильная дорога;
- б) государственная автомобильная дорога;
- в) местная автомобильная дорога.

Автомобильные дороги международного значения служат для связи с государствами, международными промышленными центрами, и они строятся, ремонтируются и управляются на основе международных договоров, межгосударственных соглашений. Международная дорога, прошедшая через границы определенного государства, находится в распоряжении этого государства и международных организаций, финансирование ее эксплуатации осуществляется за счет международных организаций и членских взносов соглашений.

Автомобильные дороги государственного значения включают в себя дороги, соединяющие промышленные центры, основные железнодорожные сети, водно-коммуникационные объекты и другие дороги на территории государства. Проектирование дорог государственного значения, строительство дорожно-инженерных и имеющих к ним отношение объектов,

ремонт и управление осуществляется за счет государственных средств. Дороги государственного значения включают в себя и часть дороги, соприкасающейся с международной дорогой. В части, соприкасающейся с международной дорогой, ее значение объединяется со значением международной дороги.

В местные дороги входят внутренние областные дороги, соприкасающиеся или не соприкасающиеся с международными и государственными дорогами, то есть дороги третьей категории.

Кроме того, в источниках, исходя из функциональных и других особенностей, выделяются такие виды дорог: *дорога при учреждениях и предприятиях, автомобильная дорога при хозяйстве, временная автомобильная дорога, вспомогательная автомобильная дорога, второстепенная автомобильная дорога, основная автомобильная дорога, горная автомобильная дорога, кольцевая автомобильная дорога, общеотраслевая автомобильная дорога, окружная автомобильная дорога, входящая автомобильная дорога, автомобильная дорога при промышленном предприятии, магистральная дорога (самая оживленная и центральная улица)* [11]. Значение этих дорог не противоречит их характеристике, а наоборот их дополняет, совершенствует.

Автомобильные дороги имеют свойственную им структуру. Они «как инженерное сооружение состоят из следующих элементов: насыпь поверхности земли, дорожное покрытие, проезжая часть, обочина дороги, искусственные и линейные сооружения, искусствен-

ные и линейные сооружения и другое оборудование. Автомобильная дорога состоит из природной или земляной насыпи, основания и покрытий. Основание (средний слой) делается из песка, щебня, камня, шлака и похожих материалов. В зависимости от значения автомобильной дороги применяются следующие виды покрытий:

- а) покрытия низких сортов из мелкой глины, щебня;
- б) покрытия из щебня или дробленого камня, пропитанные мазутом;
- в) легкие покрытия из щебня и дробленого камня, пропитанные мазутом;
- г) капитальные покрытия с асфальтобетоном, цементбетоном» [15].

На автомобильных дорогах имеются также знаки дорожного движения, установки управления, обеспечивающие безопасность движения. Вместе с тем на автомобильных дорогах располагаются объекты, имеющие отношение к автомобильной дороге.

Таким образом, автомобильные дороги состоят из следующих элементов:

- а) дорога (+ тоннель и мосты);
- б) знаки дорожного движения;
- в) вспомогательные объекты.

Социально изучаемое изображение дорог обладает таким же порядком структуры, что при лингвистической, идеографической и тематической трактовке опирается на это объективное деление.

В автодорожной тематической системе «дорога» занимает центральное место. Элемент *дорога* в свою очередь образует микросистему, которая состоит из внутренних тематических групп или делится на следующие составные части:

- 1) единицы, выражающие виды дорог и ее структуру;
- 2) мост, тоннель, труба и другие;
- 3) единицы, выражающие материалы дорожного строительства;
- 4) единицы, выражающие поверхность земли и «одежду» дороги;
- 5) единицы, выражающие процесс построения автомобильных дорог;
- 6) единицы, выражающие процесс использования автомобильных дорог и их ремонта.

Микросистема «Термины, выражающие виды дорог и частей дорог» состоит из единиц, выражающих виды дорог и составные части дорог, которая состоит из двух внутренних групп.

Первая внутренняя группа под названием «Термины, выражающие виды автомобильных дорог» состоит из следующих подгрупп:

а) единицы, выражающие виды дорог в зависимости от их значения: *международная автомобильная дорога, государственная автомобильная дорога, местная автомобильная дорога*;

б) единицы, выражающие виды дорог в зависимости от их ширины: *однополосная автомобильная дорога, двухполосная автомобильная дорога, многополосная автомобильная дорога*;

в) единицы, выражающие виды дорог в зависимости от степени их важности: *основная автомобильная дорога, вспомогательная автомобильная дорога, первостепенная автомобильная дорога, второстепенная автомобильная дорога*;

г) единицы, выражающие виды дорог в зависимости от их географического положения: *равнинная автомобильная дорога, горная автомобильная дорога*;

д) единицы, выражающие виды дорог в зависимости от их прямоты или окружности: *прямая автомобильная дорога, кольцевая автомобильная дорога, окружная автомобильная дорога*;

е) единицы, выражающие виды дорог в зависимости от степени движения: *автомобильная дорога с малым движением, автомобильная дорога с оживленным движением (магистраль)*;

ж) единицы, выражающие производственный объект, к которому относится дорога: *хозяйственная автомобильная дорога, производственная автомобильная дорога*;

з) единицы, выражающие вид состава строительства дороги: *глинистая дорога, мощеная дорога, асфальтобетонная дорога, цементобетонная дорога*.

К «терминам, выражающим части автомобильных дорог», относятся:

- а) глинистая поверхность;
- б) проезжая часть;
- в) обочина дороги;
- г) дорожный знак;
- д) преграда;
- ж) отделительная полоса [15].

Формирование научно-технической терминологии узбекского языка приходится на 20–30-е гг. прошлого века. Большой вклад в развитие мировой терминосистемы внесли такие лингвисты, как Е. Б. Алексеев, О. С. Ахманов

ва, Т. Бердыева, А. С. Герд, В. П. Даниленко, Е. П. Ефремов, М. Э. Кирпичников, Е. С. Кубрякова, Д. С. Лотте и др. В узбекском терминоведении известны работы Р. Даниярова, М. Абдиева, А. Мадвалиева, К. Сапаева, Н. Касымова [2; 7; 8; 10]. Необходимо особо подчеркнуть работы Р. Даниярова и А. Мадвалиева, посвященные упорядочению научно-технических терминов. В мировой и узбекской лингвистике отсутствуют исследования, посвященные изучению терминов автомобилестроения. В монографической работе Р. Даниярова также не упоминается какой-либо словарь или работа, посвященная исследованию данной сферы, что в очередной раз подтверждает наличие пробелов в данной сфере терминоведения [2].

В русско-узбекском словаре терминов автомобильных дорог выделены следующие термины, выражающие составные части дороги: *клотоида, биссектриса кривой, бордюр, бровки, вираж, вставка прямой, дорожная одежда, земляное полотно, канава, кювет, клотоида, кривая в плане, кривая вспомогательная* и другие.

Каждый выделенный выше элемент в свою очередь делится на внутренние группы. Например, внутренняя тематическая группа «глинистое покрытие» включает в себя термины, выражающие свойства глины: *битум грунт, грунт, самая удобная грунтовая смесь, частицы грунта, агрегат грунта (глинистый агрегат, соединяющий частицы грунта друг с другом), чистый грунт, пористая глина, соленый грунт, искусственный грунт, грунт с крупными частицами, прочный грунт, дерн, лессы, песок, плевами, верхний слой земляной оболочки (почва), солонцы (глина с натриевой солью в составе), суглинка, супесь (песчаный грунт), такыре, торфы, трапел, цемент, грунт* и так далее.

Эти термины являются элементами терминов, выражающих ширину, длину и глубину дорожного покрытия. Здесь ярко бросается в глаза то, что они переведены на узбекский язык путем калькирования. Упорядоченные на основе вышеуказанной «Национальной энциклопедии Узбекистана» термины дорожных элементов, в свою очередь, выражаются в определенных системах терминов.

В системе автомобильных дорог наряду с дорогой есть также сооружения, имеющие большое значение, как мост, тоннель и трубы, проложенные под дорогой. Поэтому было бы целесообразным выделить в отдельную группу

термины, которые выражают их и связанные с ним понятия. Ибо в словарях и других справочниках, посвященных вопросам автомобильных дорог, они характеризуются как отдельная группа [11].

Названия указанных сооружений в условном порядке можно изучить, разделив на две группы.

В свою очередь тематическая группа «Термины, выражающие мостовые сооружения и элементы их видов» делится на следующие группы:

а) названия мостовых сооружений: *терраса, виадук (мост с впадиной), мост-галерея, алюминиевый мост, мост с аркой, мост с перекладиной, бетонный мост, вантовый мост, висячий мост, временный мост, мост над полноводной рекой, мост с навесом, двойной мост, деревянный мост, железнодорожный мост, железобетонный мост* и другие;

б) названия элементов мостовых сооружений: *балансир, вспомогательная перекладина, основная перекладина, твердая перекладина, крайняя перекладина, висячая перекладина, поперечная перекладина, высотная перекладина, накладная перекладина, сплошная промежуточная перекладина, металлическая головка, бордюр, глинистая насыпь* и другие;

в) система «Термины, выражающие понятия, связанные с трубами и насыпями»: *труба, поперечное измерение трубы, длина трубы, звено трубы, клинообразное звено, круглое звено, четырехугольное звено, желоб трубы, просачивающаяся насыпь, обрубленная труба, воротникообразный обрубок, порог образный обрубок, расправляемый обрубок, плавающая насыпная преграда, отверстие трубы, каменная подстилка, пористая каменная призма* и другие.

В системе автомобильных дорог мосты, тоннели и трубы имеют такое же значение, как и дороги, так как прочность мостов, их грузоподъемность, а также приспособленность к природным географическим условиям является важнейшим фактором показателя степени качества дорог. Поэтому когда речь заходит о строительстве дорог, говорится также о количестве мостовых сооружений.

В узбекском языке для выражения видов мостовых сооружений имеются следующие назывные единицы.

Группа «Термины, выражающие материалы дорожного строительства» делится на две малые группы:

а) термины, выражающие естественные материалы дорожного строительства: *горные породы, базальты, брэнчи, брусчатка, высевки (частицы меньше 3–5 мм, образующиеся при дроблении камней), габбро, гипс, гравий и смесь гравия;*

б) термины, выражающие химические материалы дорожного строительства: *активатор (ускоряющее химические реакции и усиливающее действие ферментов вещество), магнетальные связки, органические минеральные связки, глинистый цемент, присадки, известковый порошок, пашенка (гашеный известковый порошок), насыщенная карбонатная известь и другие;*

в) термины, выражающие материалы дорожного строительства из бетона: *бетон, каучуковый цемент-бетон, бетонная смесь, пластмассовый бетон (пластбетон), полимерцементный бетон (полимербетон), активированный бетон, силикатный бетон, цветной бетон и другие.*

Система «Термины, выражающие понятия, связанные с земляной насыпью и дорожным покрытием» включает в себя:

а) в систему «Термины, выражающие общие понятия, связанные с земляной насыпью и дорожным покрытием» входят: *верхний слой (пласт), подземные воды, изменение влажности и тепла, удержание влаги, глубина замораживания, грунт, грунт покрытия, растущая часть грунта, общие пласты дороги, капиллярность, коэффициент замерзания пласта* и так далее;

б) в систему «Термины, выражающие понятия, связанные с видами и свойствами земляной насыпи» входят: *банкет, высота подъема, высота (знак) точки на месте, дно банкета, дренажные сооружения, боковая кривая дороги, дорожная насыпь, боковая канава, горная боковая канава, поперечная канава, собирающий колодец* и так далее;

в) в систему «Термины, выражающие понятия видов дорожных покрытий» входят: *глинистая дорога (полевая дорога), разровненная глинистая дорога, исправленная глинистая дорога, зимняя дорога, перекладная дорога, дорожное покрытие, основа дороги, край шва, четырехсторонняя дорога, мощеная дорога, дорога с клинкерным покрытием, облицовочное покрытие, кольцевое покрытие, верхняя обработка, пористый асфальт-бетонный фундамент, бетонный (цементобетонный) фундамент* и так далее;

г) в систему «Термины, выражающие понятия, связанные со свойствами дорожной насыпи» входят: *время действия силы, свойства деформации пластов, деформация, пластическая деформация, пограничная деформация, разрушительная деформация, эластическая деформация* и другие.

Строительство автомобильных дорог является своеобразным сложным процессом, поэтому выражающие этот процесс термины занимают особое место среди единиц, выражающих термины автодорожного строительства. Исследователь Х. Норхаджаева, проводившая специальные лингвистические исследовательские работы над выражающими этот процесс терминами, утверждает, что «наше государство превращается в современную индустриальную страну с развитой промышленностью, экономикой, информационно-коммуникационными технологиями. В тысячах создаваемых научных и научно-технических изданиях, специальных и общефилологических словарях, в справочниках, газетах и журналах, в специальных монографиях и статьях в огромных количествах и рационально используются большое число терминов. Определенную часть этих терминов составляют выражающие этот процесс термины» [9. С. 12].

Немало есть терминов, выражающих процессы, связанные со строительством автомобильных дорог, их эксплуатацией и ремонтом. Ниже приведем некоторые примеры из них: *автоматизация производства, бурение, копать с бурением, трамбовка, уплотнение с вибрацией, уменьшение воды, восстановление трассы, перемещение бугров, водный посев, выполнение глины водостойкой, заплатка шовной кромки, непрерывное производство, централизация управления строительством, специализированное непрерывное производство, составление графика сети, укрепление трассы, заполнение шва, размельчение глины* и другие.

Как видно из наблюдений, автодорожное строительство является важным в жизни государства, общества, экономике, с которыми тесно связаны и термины, выражающие понятия этой сферы, занимающие не менее важное место в лексике языка. Конечно, приведенные выше термины существуют и в общеупотребительной лексике узбекского языка. Это свидетельствует о том, что они не входят в определенную терминологическую систему. Ибо, например, глагол *разъедать* в общеупотребительной лексике имеет другое определение и

толкование, а в системе терминов автодорожного строительства приводится как «утончение дорожного покрытия в результате движения транспорта». Таким образом, эта семема в результате уменьшения и частности словарного значения стала присущей для системы терминов автодорожного строительства.

«Термины – это слова специальные, ограниченные своим особым назначением; слова, стремящиеся быть однозначными как точное выражение понятий и название вещей» [6. С. 110]. В терминологической литературе указывается:

1) термин – единица речи, слово или словосочетание, выполняющее специфическую роль общелитературного языка и свойственное определенной области производства, науки и техники;

2) термин – специализированное название конкретных предметов, сырья, абстрактных понятий;

3) для термина необходима определенная характеристика (дефиниция), при помощи которой можно конкретно выразить значение определенных понятий, дающее возможность ограничивать одно понятие от другого, допускающее в данном случае возможность расположить конкретное понятие в определенном ряду характеристик, конкретно показывающее их отличительные признаки. Язык наравне с обладанием общих свойств единиц терминологических систем характеризуется отраслевой особенностью. В частности, термины, применяемые в общественно-гуманитарных, экономико-политических, естественных, точных науках и технико-технологических отраслях, выделяются своими отличительными признаками. Это мы наблюдаем также в области автомобильного дорожного или автодорожного строительства.

Система терминов автомобильного дорожного строительства считается важной составной частью содержательного поля автомобиля. Они отличаются их вхождением в состав лексической системы определенной отрасли узбекского языка. Для всех терминов автодорожного строительства интегральная схема «свойственный автомобильным дорогам» выполняет объединяющее звено. Например, в следующих примерах для всех слов денотативная сема «свойственный автомобильным дорогам» обладает статусом архисемы:

автомагистраль – широкая дорога с длинным расстоянием и быстрым движением авто-

мобилей, рассчитанная на большое количество автотранспорта, ограниченная и не пересекающаяся с другими дорогами;

автодорожник – лицо, специалист, занимающийся работами автомобильного дорожного строительства;

насыпь – природная земляная часть под покрытием автомобильной дороги.

Автодорожные строительные термины могут быть свойственны непосредственно автодорожной системе, а также усвоены из других отраслей в систему автодорожных лексем. Например, следующие термины применяются только в автодорожной строительной системе: *земляная автомобильная дорога, мощеная автомобильная дорога, асфальт-бетонная автомобильная дорога, цементно-бетонная автомобильная дорога, международная автомобильная дорога, местная дорога, битумный щебень, автомобильная дорога при предприятии, хозяйственная автомобильная дорога, вспомогательная автомобильная дорога, второстепенная автомобильная дорога, основная автомобильная дорога, кольцевая автомобильная дорога, многополосная автомобильная дорога, край дороги, полоса дороги.*

В системе автодорожных строительных терминов есть такие единицы, которые широко применяются и в других отраслях, но в системе автодорожного строительства они характеризуются общей объединяющей семой «свойственный автомобильным дорогам». Например, к ним можно отнести неорганические вещества, используемые в дорожном строительстве: *горные породы, базальты, брэнчи, брусчатка, высевки, габбро, гипс, гравий, гравийная смесь, активатор (вещество, усиливающее химические реакции и действие ферментов), магнезиальные связки, органические минеральные связки, глинистый цемент (глинистая почва, масляный глиноземный цемент), присадки (добавки), известковый порошок, пушонка (погашенный известковый порошок), насыщенная карбонатная известь, кипелка (погашенная известь (вареная)), хлористый кальций, синтетический каучук.*

В общеупотребительной лексике языка есть немало слов, имеющих терминологическую сему «свойственный автомобильным дорогам» в автодорожной строительной отрасли и специальных терминологических словарях эта сема особо охарактеризована и прокомментирована. Приведем некоторые примеры из них: *известь, почва, камень, вода, влажность,*

грунтовые воды, мост, труба, гипс, река, канава, линия, масло, глина и другие. Например, в «Толковом словаре узбекского языка» общеупотребительная лексическая единица *камень* характеризуется так:

КАМЕНЬ I 1. Общее название твердых хрупких горных пород, которые не размываются водой и встречаются целиком или в разрозненном виде.

2. Общее название сортов этих горных пород, которые применяются для изготовления ювелирных изделий или их украшения.

3. Используется вместе с некоторыми словами в качестве предмета, который бросается как в указанном выше слове.

4. Перен. Очень твердый, как камень.

5. Груз, гиря различной формы и массы для определения веса, взвешивания предметов.

6. Вес, тяжесть.

7. Мед. Твердое вещество, которое появляется в некоторых органах в результате болезни.

Камень в почках. Удаление камня.

8. Тош (название мужского или женского имени) [16. С. 159].

Как видно выше, те значения – семемы, которые могут быть приведены в системе автодорожного строительства, здесь не указаны. Так как словарь является популярным изданием, в каждой его словарной статье нецелесообразно искать терминологическое значение.

Слово *камень* в системе терминов автодорожного строительства характеризуется обширностью и частотой использования. Например, в этой системе есть ряд терминов, которые выражают виды камней: *щебень, гравий, дробленый камень*. Каждый из них в данной системе имеет общую сему «свойственный автодороге», поэтому лексема *камень* проявляется в этой системе как объединяющая, обобщающая доминанта-лексема, и это состояние открыто проявляется в его семантической структуре:

камень – твердая горная порода, которой покрывается земляная насыпь в строительстве автомобильных дорог.

Это значение термина-лексемы является производной семемой от первого значения полисемантической лексемы *камень*. Терминологическое значение денотата сформировано на основе выполняемой функции в области автодорожного строительства. В этой семантической структуре первая семема в общеупотребительной лексеме *камень* перешла в степень одной простой семы, семема уменьшилась до степени семы.

В семантической структуре терминов автодорожного строительства сема «свойственный автомобильным дорогам» может быть и ведущей, и второстепенной, и крайней.

Как указано выше, термины автодорожного строительства характеризуются тем, что занимают особое место в лексической системе языка. Лексемы *дорога* и *автодорога* находятся в отношениях общности-частности, вида-пола, и при этом лексема *дорога* является обширной и в качестве сооружения дорожного строительства имеет большое значение в жизни общества. Ибо ни одну сферу общественной жизни, ни одну область человеческой деятельности нельзя представить без дороги, то термины, применяемые в области дорожного строительства, нельзя ограничивать во многих случаях в лексике других отраслей, в том числе в общеупотребительной. Для того чтобы рассматривать и давать лексикографическую характеристику применяемым общеупотребительным и терминам других областей в качестве терминов автодорожного строительства, нужны не только глубокие лингвистические знания, но и знания в области автодорожного строительства.

Список литературы

1. Даниленко, В. П. Русская терминология. Опыт лингвистического описания / В. П. Даниленко. – М., 1977.
2. Данияров, Р. Техническая терминология узбекского языка на современном этапе : дис. ... д-ра филол. наук / Р. Данияров. – Ташкент, 1988. – 346 с.
3. Дегтярева, И. А. Исследования современного содержания и развития терминов литературоведения : дис. ... канд. филол. наук / И. А. Дегтярева. – М., 2002.
4. Дианова, Г. А. Термин и понятие: проблемы эволюции : дис. ... д-ра филол. наук / Г. А. Дианова. – М., 1996.
5. Кирпичников, М. Э. Библиография, терминология, номенклатура / М. Э. Кирпичников. – СПб., 1998.

6. Кучимов, Ш. Основы дипломатического языка. Текст лекций. 2-лекция / Ш. Кучимов. – Ташкент, 2008.
7. Қосимов, Н. Ўзбек илмий-техникавий терминологияси масалалари / Н. Қосимов. – Тошкент, 1985.
8. Қосимов, Н. Ўзбек техникавий терминологиясида синонимлик ва уни бартараф этиш йўллари / Н. Қосимов // Ўзбек терминологиясида лексик вариантлар. – Тошкент, 1986. – Б. 63–80.
9. Норходжаева, Х. Жараёнларни англлатувчи терминларнинг ўзбек тилида тутган ўрни / Х. Норходжаева. – Тошкент, 2013.
10. Сапаев, К. Строительная терминология узбекского языка : дис. ... канд. филол. наук / К. Сапаев. – Тошкент, 1991.
11. Справочник дорожных терминов. – М., 2005.
12. Суперанская, А. В. Общая терминология. Вопросы теории / А. В. Суперанская, Н. В. Подольская, Н. В. Васильева. – М., 1989.
13. Татаринов, В. А. История отечественного терминоведения / В. А. Татаринов. – М., 1994.
14. Ткачева, Л. Б. Некоторые проблемы терминологии в социолингвистическом освещении : автореф. дис. ... д-ра филол. наук / Л. Б. Ткачева. – Л., 1987.
15. Ўзбекистон миллий энциклопедияси. 1-том. – Тошкент, 2000.
16. Ўзбек тилининг изоҳли луғати. IV жилд. – Тошкент, 2008.

Сведения об авторе

Валиев Туйчи – соискатель кафедры узбекского языкознания, Каршинский государственный университет. Карши, Узбекистан.

Bulletin of Chelyabinsk State University. 2016. No. 13 (395).

Philology Sciences. Issue 104. Pp. 55–62.

SOME LINGUISTIC PECULIARITIES OF THE TERMS OF ROAD CONSTRUCTION IN THE UZBEK LANGUAGE

T. Valiev

Karshi State University, Karshi, Uzbekistan

The article gives several interpretations of the term and the word is examples of terms that are most frequently used in the automotive road construction. However, it indicates that some common words could be used within the meaning of the terms of the road construction. The example shows the separation of terms such as lexical unit's monosemantic and polysemantic. In turn Disambiguation divided into polysemantic, multifunctional and homonymous terms. We present many examples of terms that refer to the materials and construction of the road construction.

Keywords: *Uzbek language, road construction term, polysemy, homonymy.*

References

1. Danilenko V.P. *Russkaya terminologiya. Opyt lingvisticheskogo opisaniya* [Russian terminology. Experience linguistic description]. Moscow, 1977.
2. Daniyarov R. *Texnicheskaya terminologiya uzbekskogo yazyka na sovremennom etape* [Technical terminology Uzbek language at the present stage]. Tashkent, 1988.
3. Degtyareva I.A. *Issledovaniya sovremennogo soderjaniya irazvitiya terminov literaturovedeniya* [Research modern content irazvitiya literary terms]. Moscow, 2002.
4. Dianova G.A. *Termin i ponyatie: problemy evolyutsi* [The term and concept: the evolution of the problem]. Moscow, 1996.
5. Kirpichnikov M.E. *Bibliografiya, terminologiya, nomenklatura* [Bibliography, terminology, nomenclature]. St. Petersburg, 1998.

6. Kuchimov Sh. *Osnovy diplomaticheskogo yazyka. Tekst leksiy* [Basics of diplomatic language. The text of the lectures]. Tashkent, 2008.
7. Qosimov N. *O'zbek ilmiy-texnikaviy terminologiyasi masalalari*. Toshkent, 1985.
8. Qosimov N. O'zbek texnikaviy terminologiyasida sinonimlik va uni bartaraf etish yo'llari. *O'zbek terminologiyasida leksik variantlar*. Toshkent, 1986. B. 63–80.
9. Norxodjaeva X. *Jarayon anglatuvchi terminlarning o'zbek tilida tutgan o'rni*. Toshkent, 2013.
10. Sapaev K. *Stroitel'naya terminologiya uzbekskogo yazyka* [Construction terminology Uzbek]. Toshkent, 1991.
11. *Spravochnik dorojnyx terminov* [Handbook of road terms]. Moscow, 2005.
12. Superanskaya A.V., Podolskaya N.V., Vasileva N.V. *Obshaya terminologiya. Voprosy teorii* [Common terminology. Questions of the theory]. Moscow, 1989.
13. Tatarinov V.A. *Istoriya otechestvennogo terminovedeniya* [History of terminology domestic]. Moscow, 1994.
14. Tkacheva L.B. *Nekotorye problemy terminologii v sotsiolingvisticheskom osvesheni* [Some terminology problems sociolinguistic lighting]. Leningrad, 1987.
15. *O'zbekiston milliy ensiklopediyasi*. 1-tom. Toshkent, 2000.
16. *O'zbek tilining izohli lug'ati*. IV jild. Toshkent, 2008.

УДК 81'373.611:81'282=511.152.2
ББК Ш 166.31

ВАРИАНТНОСТЬ ДЕРИВАЦИОННЫХ МАРКЕРОВ В ПРОСТРАНСТВЕ МОКШАНСКИХ ДИАЛЕКТОВ

В. П. Гришунина, М. З. Левина

Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарева, Саранск, Россия

Вариативности языковых единиц посвящено значительное количество исследований, однако эта проблема продолжает оставаться актуальной, в частности, в силу недостаточной изученности устных форм мордовских (мокшанского и эрзянского) языков. Дialeктные варианты при определенных условиях приобретают системный статус и пополняют вариантный фонд диалектной системы.

Варьирование, отражающее территориальную противопоставленность моделей словообразования, является междиалектным, что не исключает сосуществования синонимов в зоне наложения ареалов. Вместе с тем отмечены многочисленные факты синонимических рядов, аффиксальные различия между компонентами которых не имеют ареальной значимости.

Целью статьи является изложение результатов исследования словообразовательного варьирования именных частей речи в мокшанских диалектах. Изучение диалектной вариантности имеет существенное значение для прогнозирования динамики развития говоров и в известной степени мордовских языков в целом.

Ключевые слова: *диалекты и говоры, мокшанский язык, ареалы, вариативность, аффиксы, аффиксоиды, особенности, наименования.*

Диалекты мокшанского языка в современных условиях утрачивают многие архаические черты и развивают новые особенности, которые свидетельствуют о появлении форм устной разговорной речи, имеющих существенные отличия и от нормированного литературного языка, и от традиционных говоров.

Характерной особенностью современных говоров является высокая вариантность фонетического, семантического и словообразовательного облика функционирующих в диалекте языковых единиц.

Изучение вариантности в отечественной лингвистике началось с осмысления проблемы тождества слова и постепенно оформилось в теорию варьирования лексических единиц – вариантологию [1], в рамках которой анализируется распределение и функционирование вариантов слова в разных формах существования языка.

Важным фактором, влияющим на появление вариантов, является устная форма существования говоров и отсутствие в них кодифицированной нормы, что облегчает возникновение словообразовательных и семантических единиц разной степени устойчивости по готовым моделям.

Указанные выше явления проявляются на фоне территориального варьирования говоров, которое особенно при условии междиалектных контактов также способствует увеличению количества вариантных единиц диалектных систем [3].

Вариантность в плане выражения является одним из основных свойств любого языка. Сущность этого явления заключается в том, что в диалектах для называния одного и того же понятия, явления, предмета употребляется несколько вариантов слов. Она обуславливается отчасти параллелизмом некоторых структурных возможностей языковой системы диалектов, то есть наличием в языке нескольких элементов одного и того же уровня, различающихся по означаемому, а не по обозначаемому.

Ниже рассматриваются словообразовательные варианты, функционирующие во всей совокупности мокшанских говоров и диалектов и составляющие достаточно многочисленную в количественном отношении и самую разнообразную группу.

Д. В. Цыганкин отмечает: «В системе словообразования любого диалекта мы имеем фактически существование черт, являющихся новообразованиями, и черт, архаических по сво-

ему положению в системе говора» [9. С. 245]. «Словообразовательное варьирование, выбор различных морфов одной и той же морфемы может широко наблюдаться в сфере диалектов любого языка. Кстати, эта особенность присуща также диалектам эрзянского языка, где выбор вариантов зависит от ряда причин, определенная часть которых “не всегда, поддается объяснению”» [5. С. 107]. Обозначенное явление мы наблюдаем и в мокшанских диалектах. При варьировании могут возникать оттенки значений, связанные с различными словообразовательными средствами. Изучение проблемы тождества слова в системе диалектного и литературного языков даст возможность перейти к следующему этапу – к исследованию проблемы.

Словообразовательные варианты – это совпадающие по значению и тождественные по корневой морфеме слова, но оформленные различными аффиксальными морфемами, обладающие общей функциональной значимостью. Знаменателем всех основных способов словопроизводства мордовских языков является то, что в большинстве случаев образование нового слова осуществляют путем постпозиции.

Среди имен доминирует суффиксальный вид варьирования, который отмечен в большинстве лексем, исследование которых является объектом данной статьи.

Чтобы проанализировать варианты данного типа, отметим лексико-тематические группы, в которых наблюдаются наиболее часто варьирующиеся лексемы:

1. Наименования предметов домашнего обихода, утвари: *vajbekškä* (ЗйцвКрснсл) – *vajdar* «глиняный горшок для масла»; *fata* (Пенз.г.) / *fatun* (ЗйцвКрснсл) «ухват»; *kaldan* (Пенз.г.) / *kalgev* (МКзлАтр) «грузило»; *kulbäz* (Пенз.г.) / *käzbäl* (ЗйцвКрснсл) «горнушка – зауголок с ямкой налево и направо от шестка русской печи»; *šakš* (Пенз.г.) / *s'akan'ä* «горшок».

2. Наименования объектов социального характера (человек, семья, общество): *balks* – *baldäz* «свояченица – сестра жены»; *kudalaj* (ЗП) / *kuda* (повсем.).

3. Наименования еды, блюд: *šän'afks* (МКзлАтр) – *šän'am* (ЗйцвКрснсл) – «жаркое – жареное кушанье» (обычно из мяса); *kšisuskäm* (ЗйцвКрснсл) / *kšikočam* (СтЛпКрснсл) / *kšipakš* (КлдСтШ) «кусочек хлеба».

4. Наименования флоры и фауны: *šud'ižuv* (ЗйцвКрснсл) – *šud'ižov* (МПлЗП) «осот»; *in'äz'iks* (ПчпЗП) – *inäz'i* (темн.-атр.г.) «ма-

лина»; *piz'älks* (АтрАтр) – *piz'äl* (КшлАтр) «рябина»; *ver'n'ajks* (Пенз.г.) – *ver'n'äj* (ЗйцвКрснсл) «таволга» (*кустарник*); *pičel'ui* (МКзлАтр) – *pičebäka* – *pičel'ks* «черника»; *normar'* (ЗйцвКрснсл) / *normal'* (МКзлАтр) «клубника – травянистое растение рода земляники семейства розоцветных».

5. Обозначения элементарных явлений жизни, действий, восприятий: *an'c'f* [10. С. 50] / *an'öej* (АдшКдш) «горе, печаль, скорбь»; *pin'an'siči* (МКзлАтр, ЗйцвКрснсл) / *pin'an'gäčä* (АдшКдш) «ячмень (на глазу), гнойное воспаление сальных желез у корня ресниц».

6. Названия, служащие для ориентации в пространстве и времени: *kibrä* (НСндрКрснсл) / *kiraška* (ЗйцвКрснсл) «развилка».

7. Наименования одежды и обуви: *zapänka* (Пенз.г.) / *iŋgäl'ks* (МКзлАтр, КлдмСтШ) / *sapon'ä* (НСндрКрснсл, ЗйцвКрснсл, АдшКдш) / *räkava* (ЛвжРзв) «фартук».

Анализ материала приводит к тому, что варианты ряды могут быть построены по таким инвариантным моделям, как:

1. Вариантные образования, характеризующиеся наличием аффикса при отсутствии такового в составе соответственного слова (имеется в виду литературная форма):

kofka (ЗйцвКрснсл) – *kof* (Трб.г., м. лит.) «мячик, мяч»;

mastärks (Пенз.г.) – *mastär* (повсем.) «пол»;

pizks (Пенз.г.) – *piza* (повсем.) «гнездо – у птиц, насекомых и пресмыкающихся: место житья и кладки яиц, высидывания птенцов, выведения детенышей»;

tulätks (МПшлРзв) – *tula* (м. лит.) «засов – 1) большая дверная задвижка; 2) клин; 3) сердечник, штырь (в телеге); 4) пробка: а) колун, колотушка для забивания клина при колке дров; б) втулка, затычка, пробка»;

kudalaj (ЗП) – *kudan'ä* (МПлЗП) – *kuda* (повсем.) «сват»;

kuläf (ЗйцвКрснсл) – *kula* (повсем.) «покойник»;

čerpav (ЗйцвКрснсл) – *čerpka* (МКзлАтр) «щепка»;

mez'ama (МКзлАтр) – *mez'e* (м. лит.) «что»;

monn'e (МмлКвлк) – *mon'* (м. лит.) «мой, моя, мое»;

put'ks (СргСтШ) – *put'kə* (м. лит.) «капля»;

kut'är'nä (СтШ) / *kut'ä* (м.лит.) «щенок».

Любопытно отметить, что данный тип представлен также главным образом в названиях деревьев, кустарников. В некоторых мокшанских говорах одним и тем же словом без суф-

фиксального оформления называются деревья, кустарники и их плоды, тогда как в других говорах для номинации деревьев употребляется основа существительного с суффиксом, для номинации их плодов – основа без суффикса:

lajməks «черемуха» (*дерево*) – *lajme* «черемуха» (*плод*) (ЗйцвКрснсл);

in'əz'iks «малина» (*куст*) – *inəz'i* «малина» (*плод*) (темн.-атр.г.);

grušaaks «груша» (*дерево*) – *gruša* «груша» (*плод*) (ЗйцвКрснсл);

čivgəks «калина» (*дерево*) – *čivge* «калина» (*плод*) (темн.-атр.г.);

piz'əlks «рябина» (*дерево*) – *piz'əl* «рябина» (темн.-атр.г.);

ver'n'ajks (Пенз.г.) – *ver'n'aj* (ЗйцвКрснсл) «таволга» (*кустарник*);

višn'aks (ЗП) / *šnofkaks* (ЗйцвКрснсл) «вишня» (*дерево*) – *višn'ofka* (МКзлАтр) «вишня» (*плод*).

2. Вариантные образования, характеризующиеся синонимичными аффиксами, присоединяющиеся к одному и тому же корню. Подобного рода соотносительные типы тождественной семантики весьма многочисленны:

-kš / -š: *c'orəkš* – *c'orəš* «мальчик, пацан»; *t'oga* (ЗйцвКрснсл) – *t'okš* (повсем.) «вершина, макушка»;

-ks, -fks / -ma, -m / -f суффиксы в абстрактных и конкретных существительных:

keñär't'ks – *keñärd'əma* «радость»;

r'izks – *r'iznama* – *r'izf* «печаль, тоска»;

kanks – *kandəma* – *kanf* «ноша»;

viz'ks – *viz'd'əma* «стеснительность»;

veL'ks – *veLt'ama* «одеяло»;

aškərks (Пенз.г.) – *aškər'af* (ЗП) «моток»;

mol'fks (ЗйцвКрснсл) – *mol'əma* (повсем.) – *mol'f* (повсем.) «походка»;

šän'afks (МКзлАтр) – *šän'am* (ЗйцвКрснсл) – «жаркое – жареное кушанье» (*обычно из мяса*);

pət'n'afks (АдшКдш) – *put'ks* (повсем.) – *put'ke* (ЗйцвКрснсл) «капля»;

vanoma (Пенз.г.) – *vanf* (повсем.) «взгляд»;

jakama (Пенз.г.) – *jakaf* (повсем.) «походка»;

-m / -kš: *naLks'əm* (Пенз.г.) – *naLkš* (ЗйцвКрснсл) «игрушка»;

-ks / -ka: *anal'ks* (Пенз.г.) – *an'el'ka* (повсем.) «неженка, баловень»;

-ks / -fks: *mar'inaks* (темн.-атр.г.) – *mar'inafks* (МКзлАтр) «яблоня»;

-n'ü / -kü суффиксы со значением ласкательности:

at'an'ü – *at'aka* «дедуленька»;

jalgan'ü – *jalgaka* «подруженька»;

baban'ü – *babaka* «бабуленька»;

saməlka – *saməln'ü* «подхалим»;

anajka – *anc'in'ü* «попрошайка».

Лексемы, образованные с помощью *-n'ü / -kü* в большинстве случаев имеют оценочную характеристику: *at'an'ü* – *at'aka* «дедуленька», *jalgan'ü* – *jalgaka* «подруженька» и т. п.

-u / -i суффиксы прилагательных:

t'išu (МКзлАтр) – *t'iši* (повсем.) «заросший травой»;

peku (КрнКвлк) – *peki* (повсем.) «беременная».

3. Вариантные образования, имеющие оценочную характеристику (суффиксы прилагательных, указывающие на неполноту качества):

-na, -za: *akšana* – *akšaza* «беловатый»;

s'en'əmana – *s'en'əmaza* «синеватый»;

ravžana – *ravžaza* «черноватый» [4. С. 56].

4. Вариантные образования, характеризующиеся видоизмененными вариантами – аффиксами:

al'ka (МКзлАтр) – *al'n'aka* (ЗП) «дядя, старший брат»;

zaponka (Пенз.г.) – *sapon'ä* (ЗйцвКрснсл) «фартук»;

kär'ks (темн.-атр.г.) – *ker'gaz* (Пенз.г.) «женское нагрудное украшение из бусинок»;

bad'ja – *bad'aga* (Пенз.г.) «деревянное или металлическое ведро, немного суженное кверху»;

verbaks – *vern'äj* (ЗйцвКрснсл) – *verva* (МКзлАтр) «верба»;

melu (ЗйцвКрснсл) – *melav* (повсем.) «бабочка»;

vajbekškä (ЗйцвКрснсл) – *vajdar* «глиняный горшок для масла»;

mar'ona (КртТат) – *marl'u* (ЗйцвКрснсл) – *marl'uks* – *mar'ena* – *mar'inaks* – *mar'inafks* (МКзлАтр) «яблоня»;

šar'am – *šar'amka* «щеколда, вертушка»;

pin'ən' gəča (ЗП) – *pinən' šiče* (ЗйцвКрснсл, МКзлАтр) «ячмень на глазу»;

pros't'äk (МКзлАтр) – *prost'iška* – *pros't'en'kaj* «глупец, тупица, прост» (в общении о человеке);

s'az'gan – *s'az'gata* «сорока»;

saraz (повсем.) – *sarand'ej* (Пенз.г.) «курица»;

vermaš (Пенз.г.) / *vermäšt'ə* (ЗйцвКрснсл) «снегирь».

5. Вариантные образования, характеризующиеся наличием аффикса и аффиксоида:

s'imomka (ПшнКвлк) – *s'imombäl'* (повсем.) «напиток»;

piz'gän (ЗйцвКрснсл) – *piz'gänal* (МКлмКвлк) «веснушка»; компонент *-nal* в современном языке как самостоятельный компонент не вычленяется;

jaRcama – *jaRcamka* – *jaRcambäl'* «еда»;

kazn'e – *kaz'ema* – *kaz'ämbäl'* «подарок»;

šamorks – *šamorši* «храмота»;

ul'me (Пенз.г.) – *uleši* (повсем.) «достаток»;

miḡalu (ПвКдш) – *miḡalaži* (ЗйцвКрснсл) – «Михалов день – религиозный праздник».

Анализ материала приводит к тому, что существование в говорах вариантных номинаций обязано не только морфологическому (суффиксальному), но и синтаксическому способу словотворчества:

pr'abala – *pr'äurma* «забота, беспокойство»;

surbe – *surbr'ä* «кончик пальца»;

šatakud (НМмнгКвлк) – *šamatatär* (НПшнКвлк) «овал лица, форма лица»;

c'okan'z'urä (МКзлАтр) – *c'okan'c'or* (ЗйцвКрснсл) «кочедык – лапотное шило»;

pajgän'ä (ЗйцвКрснсл) – *pajmar* (Пенз.г.) «колокольчик»;

at'amjonga (повсем.) – *at'amdogä* (Пенз.г.) «радуга»;

normar' (ЗйцвКрснсл) – *normal'* (МКзлАтр) «клубника – травнистое растение рода земляники семейства розоцветных»;

argän'bär (темн.-атр.г.) – *argän' pərgä* (ЗйцвКрснсл) «паслен черный».

При структурном анализе эти слова распадаются на две самостоятельные лексемы (слова) с самостоятельным значением:

n'eškä (ЗйцвКрснсл) – *n'eškəpar'* (АлькКвлк) = *n'eškä+par'* / *neškəkud* (МКзлАтр) = *neškəkud* «улей»;

oškspär' (ЗйцвКрснсл) – *ošksvasta* «лохань – емкость для помоев»; *ošks* «помои» + *par'* «кадушка», *ošks* «помои» + *vasta* «место»;

s'ir'epinge – *s'ir'eši* «старость» = *s'ir'e* «старый» + *pinge* «время», *s'ir'e* + *ši* «день»;

s'uvaz (ЛмдСтШ) – *s'uvakud* (ЗйцвКрснсл) «сарай – место для хранения мякины» = *s'iva* «шелуха» + *kud* «дом»;

ejgaža – *ejguva* (ЗйцвКрснсл) «наст» = *ej* «лед» + *kuva* «корка»;

ujmäs – *ujmid'* «недоношенный ребенок». Эта лексема распадается на *uy* (<др.-русс. *uj*-др.-русс.: «дядя по матери» [7. С. 1175], *uy* «дядя по матери» [2. С. 275], *уйка* «жена уя, тетка по свойству» [2. С. 275] + *id'* «ребенок». О. Н. Трубочев считает, что «для русского язы-

ка характерно полное забвение этого слова, почему к обстоятельному перечислению русского *уй*, *вуй*, *уец*, *уйчич*, *уйка*, *вуйка* у В. И. Даля следует отнестись осторожно, поскольку автором по сути дела привлечены древнерусские слова» [8. С. 81].

Итак, в разных мокшанских диалектах мы находим до известной степени различную продуктивность того или иного суффикса, различную степень его дистрибуции, то есть его способность сочетаться с той или иной корневой морфемой. Значительно разнообразие, представленное по диалектам в отношении различной реализации одних и тех же суффиксов словообразовательной системы.

Таким образом, исследуя диалектизмы мокшанского языка, можно отметить, что все тематические группы, которые нами выделены, имеют словообразовательные варианты. Превалируют из них наименования флоры, фауны, обозначения элементарных явлений жизни, действий, восприятий, терминов родства, названий различных качеств, свойств, состояний, возраста. Пополнение языка новыми словами на базе основного словарного фонда обслуживается способами словопроизводства, присущими мордовским языкам, которые в то же время являются способами обогащения и совершенствования лексического состава. Наличествующие в языке способы словопроизводства составляют определенную систему правил, отдельные виды которой обслуживают определенную сферу лексики.

Словообразовательная синонимия, отражающая территориальную противопоставленность моделей словообразования, является междиалектной, что не исключает сосуществования синонимов в зоне наложения ареалов. Вместе с тем отмечены многочисленные факты синонимических рядов, аффиксальные различия между компонентами которых не имеют ареальной значимости. Возможные различия моносистем в количестве компонентов синонимического ряда и, вероятно, степени их употребительности объясняются тем, что вариантность моделей словообразования, поддерживаемая устной формой существования говоров, характерна как для диалектного языка в целом, так и для каждой отдельно взятой моносистемы.

Сокращения

АдшКдш – Адашево, Кадошкинский район
АлькКвлк – Алькино, Ковылкинский район

| | |
|---|---|
| АтрАтр – Атюрьево, Атюрьевский район | МПшлРзв – Морд. Пишля, Рузаевский район |
| ЗйцКрснл – Зайцево, Краснослободский район | НМмнгКвлк – Новое Мамангино, Ковылкинский район |
| ЗП – Zubovo-Polyanskiy район | НПшнКвлк – Новое Пшенево, Ковылкинский район |
| КлдСтШ – Кулдым, Старо-Шайговский район | НСндрКрснл – Новое Синдрово, Краснослободский район |
| КрнКвлк – Курнино, Ковылкинский район | Пенз.г. – Пензенские говоры |
| КртГат – Киртели, Татарстан | ПвКдш – Паево, Кадошкинский район |
| КшлАтр – Кишалы, Атюрьевский район | Повсем. – повсеместно |
| ЛвжРзв – Левжа, Рузаевский район | ПчпЗП – Пичпанда, Zubovo-Polyanskiy район |
| ЛмдСтШ – Лемдяй, Старо-Шайговский район | ПшнКвлк – Пшенево, Ковылкинский район |
| М.лит. – мокшанское литературное | СргСтШ – Сарга, Старо-Шайговский район |
| МКзлАтр – Морд. Козловка, Атюрьевский район | СтЛпвКрснл – Старое Лепьево, Краснослободский район |
| МКлмКвлк – Морд. Коломасово, Ковылкинский район | Темн.-атр.г. – темниковско-атюрьевские говоры мокшанского языка |
| ММлКвлк – Мамалаево, Ковылкинский район | Трб.г. – Торбеевские говоры мокшанского языка |
| МПлЗП – Морд. Поляна, Zubovo-Polyanskiy район | |

Список литературы

1. Богословская, З. М. О разных уровнях и ступенях анализа формальных вариантов слова / З. М. Богословская // Вестн. Том. гос. ун-та. – 2007. – № 296. – С. 21–23.
2. Даль, В. И. Толковый словарь живого великорусского языка / В. И. Даль. – М., 1980. – Т. 1.
3. Кабаева, Н. Ф. Чередования фонетические междиалектные / Н. Ф. Кабаева // Мордовские языки: энциклопедия. – Саранск, 2012. – С. 355–356.
4. Левина, М. З. О словообразовательной продуктивности в диалектах мокшанского языка / М. З. Левина, В. П. Гришунина // Вестн. Пятигор. гос. лингвист. ун-та. – 2014. – № 2. – С. 54–58.
5. Мосин, М. В. Мордовские языки: настоящее и будущее / М. В. Мосин. – Саранск, 2010. – 336 с.
6. Основы финно-угорского языкознания: вопросы происхождения и развития финно-угорских языков. – М., 1974. – 483 с.
7. Срезневский, И. И. Словарь древнерусского языка / И. И. Срезневский. – М., 1989. – Т. 2.
8. Трубачев, О. Н. История славянских терминов родства / О. Н. Трубачев. – М., 1959. – 230 с.
9. Цыганкин, Д. В. Словообразовательная вариантность в эрзянских диалектах / Д. В. Цыганкин // Вопр. финно-угроведения. – Саранск, 1975. – Вып. VI. – С. 245–252.
10. Paasonens, H. Mordwinisches Wörterbuch. – Helsinki, 1990. – Т. 1; Helsinki, 1992. – Т. II; Helsinki, 1994. – Т. III; Helsinki, 1996. – Т. IV; Helsinki, 1998. – Т. V.

Сведения об авторах

Гришунина Валентина Петровна – кандидат филологических наук, доцент кафедры мокшанского языка, Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарева. Саранск, Россия.
grishuninavalentina@rambler.ru

Левина Мария Захаровна – кандидат филологических наук, доцент кафедры мокшанского языка, Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарева. Саранск, Россия.
Lev.Mariya@mail.ru

Bulletin of Chelyabinsk State University. 2016. No. 13 (395).

Philology Sciences. Issue 104. Pp. 63–68.

VARIANCE OF DERIVATIONAL MARKERS IN THE FIELD OF MOKSHA DIALECTS

V. P. Grishunina

Mordovia State University named after N.P. Ogarev, Saransk, Russia. grishunina.valentina@rambler.ru

M. Z. Levina

Mordovia State University named after N.P. Ogarev, Saransk, Russia. Lev.Mariya@mail.ru

Although the variation of linguistic units is studied in many works, this problem is still of great interest, particularly due to the lack of sufficient information on the spoken forms of Mordovian languages (Moksha and Erzya).

Dialectal variants in certain circumstances attain system status and enrich the variant fund of dialectal system.

Variation reflecting territorial oppositeness of derivational models is inter-dialectal, which doesn't exclude the coexistence of synonyms in the areals' overlap zone. At the same time, there are synonymic rows affixal differences of which have no areal significance.

The aim of the article is presenting the results of the research of derivational variation of name in Moksha dialects. The study of dialectal variation is important for the forecasting of dialects' development dynamics and, to the certain degree, development of Mordovian languages in whole.

Keywords: *dialects, subdialects, Moksha language, areal, variation, affixes, affixoids, particularities, naming.*

References

1. Bogoslovskaja Z.M. O raznyh urovnjah i stupenjah analiza formal'nyh variantov slova [About different levels and stages of the formal analysis of the word choices]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta* [Bulletin of the Tomsk State University], 2007, no. 296, pp. 21–23. (In Russ.).
2. Dal' V.I. *Tolkovyj slovar' zhivogo velikoruskogo jazyka* [Explanatory Dictionary of Russian language]. Moscow, 1978–1980. (In Russ.).
3. Kabaeva N.F. Cheredovanija foneticheskie mezhdialektnye [Alternation phonetic dialect]. *Mordovskie jazyki* [Mordovian languages]. Saransk, 2012. Pp. 355–356. (In Russ.).
4. Levina M.Z., Grishunina V.P. O slovoobrazovatel'noj produktivnosti v dialektah mokshanskogo jazyka [The word-formative productivity of nominal models in the Moksha dialects]. *Vestnik Pjätigorskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta* [Bulletin of Pyatigorsk State Linguistic University], 2014, no. 2, pp. 54–58. (In Russ.).
5. Mosin M.V. *Mordovskie jazyki: nastojashhee i budushhee* [Mordovian languages: Present and Future]. Saransk, 2010. 336 p. (In Russ.).
6. *Osnovy finno-ugorskogo jazykoznanija: Voprosy proishozhdenija i razvitija finno-ugorskih jazykov* [Fundamentals of the Finno-Ugric Linguistics: The origin and development of the Finno-Ugric languages]. Moscow, 1974. 483 p. (In Russ.).
7. Sreznevskij I.I. *Slovar' drevnerusskogo jazyka* [Dictionary Old Russian]. Moscow, 1989. (In Russ.).
8. Trubachev O.N. *Istorija slavjanskih terminov rodstva* [History of Slavic kinship terms]. Moscow, 1959. 230 p. (In Russ.).
9. Cygankin D.V. Slovoobrazovatel'naja variantnost' v jertzjanskih dialektah [Word-formation variation in Armenian dialects]. *Voprosy finno-ugrovedenija* [Questions of Finno-Ugric Studies], iss. VI. Saransk, 1975. Pp. 245–252. (In Russ.).
10. Paasonen H. *Mordwinisches Wörterbuch*. Helsinki, 1990, vol. 1; Helsinki, 1992, vol. II; Helsinki, 1994, vol. III; Helsinki, 1996, vol. IV; Helsinki, 1998, vol. V.

УДК 070.4; 37.022
ББК 74.48; 76.006.5

ПРОЕКТ-МЕНЕДЖМЕНТ В СИСТЕМЕ ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ МЕДИАКОММУНИКАЦИОННОЙ СФЕРЫ: ПРИНЦИПЫ РЕАЛИЗАЦИИ

Е. С. Дорошук

Казанский федеральный университет, Казань, Россия

Рассматриваются способы реализации методики проект-менеджмента как средства управления образовательной и самообразовательной деятельностью будущих работников медиасферы. Специфика проект-менеджмента представлена через призму коммуникационного, трансдисциплинарного и конвергентного подходов. Анализ практики подготовки специалистов в области медиакоммуникаций позволяет смоделировать образовательную деятельность и определить траектории саморазвития, опираясь на структурно-функциональные особенности современного медиакоммуникационного процесса.

Ключевые слова: *проект-менеджмент, медиасфера, образовательная деятельность, подготовка специалистов, саморазвитие.*

Медиакоммуникации сегодня становятся той сферой деятельности, которая объединяет самые различные направления публичных выступлений и свобод. Этот термин все более популяризирует обобщенную идею комплексности и трансдисциплинарности, согласно которой современные исследования в области социогуманитарных наук могут проводиться, как подчеркивает Кристоф Вульф, на основе стремлений ученых «придать своим специальным исследованиям в отдельной дисциплине трансдисциплинарное направление» [5. С. 223].

Наряду с трансдисциплинарным подходом широко применяется конвергентный подход, который считается одним из перспективных для исследования социально-гуманитарной сферы, что подтверждается исследованиями процесса конвергенции [15]. В основе конвергенции, как утверждают исследователи, лежит междисциплинарный подход, без учета которого невозможно создание нового научного, образовательного и практического продукта. Медиакоммуникации – это пространство бесконечных возможностей для демонстрации междисциплинарных форм взаимодействия, а также для разработки принципов конвергентности в практической деятельности субъектов коммуникации, поэтому обучение в медиакоммуникационной сфере предъявляет особые требования к субъектам образовательной деятельности. Чтобы описать их, необходимо

обозначить специфику и современные тренды медиакоммуникаций.

Медиакоммуникации в отечественной науке определяются по самым разнообразным основаниям: от простого (коммуникации при помощи медиа) до сложного – коммуникации, опосредованные медийными формами и структурными образованиями. Многие исследователи рассматривают медиакоммуникации как синоним термина «массовые коммуникации» [3; 4; 9], выделяя при этом такие устойчивые признаки данного явления:

1) процессуальный характер передачи, получения, сохранения и актуализации информации как основы социальной адаптации и идентификации [1. С. 23];

2) воздействие на социальную установку в зависимости от особенностей той или иной социальной системы, где наблюдается процесс массового взаимодействия/общения;

3) технические средства и их роль в процессах регулярного тиражирования и функционирования продукции медиакоммуникации.

Н. Н. Богомолова подчеркивает, что медиакоммуникация решает две крупнейшие социальные задачи: создание общей картины мира и создание картины отдельной общности [2].

Е. А. Войтик предлагает определять медиакоммуникацию как информационное взаимодействие между социальными субъектами на основе производства, распространения и потребления массовой информации. Социаль-

ные субъекты, по мнению исследователя, могут быть представлены как личности, группы, организации [3]. М. Г. Шилина подчеркивает в своих работах необходимость комплексного исследования медиакommunikации и определяет ее как процесс создания, трансляции, обмена информацией медиа в индивидуальном, групповом, массовом формате по различным каналам при помощи различных коммуникативных средств, к которым относятся вербальные, визуальные и иные средства. При этом исследователь предлагает классифицировать медиакommunikацию по признакам ориентации на цели, задачи, аудитории, определив ее как внутреннюю, внешнюю и смешанную [13].

Проведенный анализ направлений современных исследований медиакommunikации позволил выделить ее характерные черты и обозначить особенности развития, влияющие на содержание и цели образования будущих специалистов-медиакоммуникаторов. К ним относятся:

- 1) организация особого типа взаимодействия субъектов (медиа и аудитории) в публичном пространстве;
- 2) интенсификация процессов сбора, обработки и передачи информации;
- 3) наличие различных форм выражения информации (вербальных и визуальных);
- 4) опора на человеческое общение как на исходный эмпирический материал;
- 5) упорядочение информационного потока как основа содержания;
- 6) наличие средств и технологий, обеспечивающих массовое взаимодействие как социальное управление.

Такой предстает медиакommunikационная сфера, открытая для внедрения и оценки разнообразных новых методов и способов распространения качественного информационного контента и управления этими процессами. Главным субъектом данных процессов становится будущий специалист в области медиакommunikаций: журналист, специалист по связям с общественностью, специалист в области рекламы и так далее. Его подготовка может быть эффективной при учете выше обозначенных характеристик медиакommunikационной среды и актуализации процессов внедрения проективных форм образовательной деятельности как наиболее отвечающих современным вызовам трансдисциплинарных сфер социальной практики.

При очевидном приоритете экономической составляющей не только деятельности масс-

медиа, но и образовательной системы, укрупняются информационно-коммуникативные задачи, такие как задачи воздействия и участия, решение которых является важным этапом деятельности специалиста в области медиакommunikаций. Проективная форма образования, находящая свое выражение в проект-менеджменте образовательной/самообразовательной деятельности обучающегося является, на наш взгляд, наиболее соответствующей современным условиям подготовки будущих медиакоммуникаторов.

В основе предлагаемой модели проективно-го обучения лежат следующие положения:

1. Медиакommunikации основаны на социальном действии, способность к которому становится одной из главных компетенций, приобретаемых в проективных процессах профессионального обучения. Развивая способности к социальному действию в проективном процессе, обучающийся закладывает основы создания личностного профиля, что находит различное выражение в зависимости от культуры профессии. Основу культуры профессии составляет так называемое практическое знание, приобретаемое в проективной деятельности. Практическое знание и социальные действия – два основания проективного обучения.

2. Медиакommunikация – это действие человека со ссылкой на уже существующую социальную практику – опосредованное информационным продуктом, отражающим социальную значимость включенной в него, обработанной и облеченной в специальную форму информации. Для закрепления компетенции социального действия необходимо включение обучающегося в процесс создания социальной практики, что предоставляет проективное обучение.

Проективное обучение, или метод проектов известен достаточно давно. Впервые о нем заговорили еще в США во втором десятилетии XX в. В основе его лежали идеи гуманистического направления в философии и образовании, и связан он с именами Дж. Дьюи и его ученика В. Х. Килпатрика. В России создание и распространение этого метода связано с именем русского педагога С. Т. Шацкого. Как подчеркивают исследователи, современный метод проектов направлен на развитие познавательных навыков обучаемых, умение самостоятельного конструирования собственных знаний, развитие критического мышления и умения ориентироваться в информационном

пространстве [12]. Он очень хорошо сочетается с групповым обучением и всегда предполагает решение какой-либо теоретической или практической проблемы, при этом при решении практической проблемы всегда вырабатывается продукт, готовый к внедрению. Существенным является тот факт, что, по мнению И. А. Зимней, этот метод лежит в основе одной из образовательных тенденций будущего, отражающей необходимость формирования проектной культуры, включающей искусство планирования, прогностические компетенции, культуру исполнения и оформления [7].

Главным средством проективного обучения для специалистов медиакоммуникационной сферы является медиапроектирование, то есть создание медиапроекта. Все выводы и обоснования применения проективного метода обучения специалистов в сфере медиакоммуникаций базируются на многолетней преподавательской деятельности автора статьи на отделении массовых коммуникаций Казанского (Приволжского) федерального университета и социально-гуманитарном отделении Набережно-челнинского института КФУ, а также анализе проведенных педагогических экспериментов на отделениях журналистики и связей с общественностью в 2005–2015 гг.

Медиапроект рассматривается нами в условиях подготовки будущих специалистов в области медиакоммуникаций как форма трансдисциплинарного исследования, задаваемая специальными целями обучения/образования и самообучения/самообразования. В основе проектирования лежит всегда значимая творческая задача, требующая интегрированных знаний для решения. Практико-направленная кооперация становится главной отличительной чертой данного образовательного формата. Поэтому необходим высокий уровень развития коммуникационных компетенций участников медиапроектирования, демонстрация развитых навыков медийной и образовательной кооперации. Выделяются необходимые личностные и профессиональные черты, которые должны быть сформированы у всех участников проективного обучения: любознательность и повышенный интерес к неозначенным сферам медиакоммуникативной практики; открытость как исследователя и способность к контакту; гибкость в постановке проблем и выработке решений, а также видение перспектив проекта.

Развитие профессиональных компетенций медиакоммуникатора основано на формиро-

вании в процессе проективного обучения коммуникации, которая имеет ярко выраженный многоплановый характер, что позволяет создать новое качество образовательного продукта, отражающее всю систему его взаимосвязей.

Главными задачами участников проективного обучения являются:

- освоение процессов ориентации в социальном поле/пространстве коммуникаций;
- расширение своего (участников обучения) жизненного мира в пространстве коммуникаций;
- создание новых возможностей коммуникационного действия с применением обобщенного опыта других коммуникаторов и собственного отрефлексируемого опыта.

Проективное обучение включает создание медиапроекта с как можно более высокой возможностью его реализации в медиакоммуникациях (например, СМИ, интернет-СМИ, интернет-представительство, социальная сеть и так далее). Важным является то, что в рамках этого процесса создается социальная среда медиакоммуникации, просчитывается процесс воздействия медиапродукта, его результативность.

Проективное действие становится возможным благодаря тому, что в его процессе участвующие создают практическое знание в разнообразных видах и формах, бытующих в медиакоммуникациях:

а) в нем облекаются в звуковой и буквенный ряды мысли и чувства, что, по выражению П. Н. Киричка, обеспечивает социально-технологическую возможность человеческого общения [9];

б) в нем происходит интенсивный обмен мыслями и чувствами, которые возникают в процессе проективной деятельности;

в) в нем происходит соединение/объединение индивидов в общность поначалу на основе решения практических познавательных задач, а далее – на основе формирования чувства причастности к происходящим событиям и отражению их в медиакоммуникациях.

Еще одним аспектом моделирования проективного обучения в сфере медиакоммуникаций является актуализация управленческих характеристик проекта как метода решения управленческих образовательных задач.

Необходимо подчеркнуть, что современные медиакоммуникации – это неотъемлемая часть информационного общества, одно из определений которого, данное У. Эко, характеризует

его как общество современных информационных технологий, развивающихся в контексте идеологии зрелища [14], что означает возможность каждого стать создателем своего медиапродукта или новой формы коммуникации и контролировать/корректировать процесс его распространения и воздействия, то есть управлять коммуникацией. Исходя из этого важным становится процесс оперирования информацией для создания новых форм коммуникации [6]. Именно эти новые формы актуализируют процесс управления медиакоммуникациями через медиапроекты.

Российский ученый Н. А. Вознесенский был одним из первых, кто в 1930-е гг. разработал проектные методы управления, в которых был заложен потенциал эффективной концентрации ресурсов на заданных направлениях и решения конкретных задач [10]. Метод получил название проект-менеджмент или проектное управление. Проект в этом контексте определяется как комплекс «взаимосвязанных и оформленных в определенную технологию мероприятий, предназначенных для достижения <...> поставленных задач с четко определенными параметрами» [10. С. 9]. А. Т. Зуб особо выделяет в определении проекта его комплексный характер, главным в котором становится «комплекс действий, состоящий из взаимосвязанных задач» [8. С. 16]. Комплексность проекта придает ему значимости, которая выдвигает его на одно из первых мест в управлении [11].

Выделим ряд характерных черт проекта, которые, на наш взгляд, являются опорными при постановке задач в рамках проективного обучения:

- комплексность проекта: если сам проект – это комплекс действий, то он требует комплексного подхода для решения возникающих задач;

- результативность или продуктивность проекта, что выражается в направленности проекта на результат;

- временные и ресурсные ограничения, что приводит к необходимости соблюдения строго обозначенных временных рамок, в условиях строго бюджета и с ограниченным ресурсным потенциалом;

- новизна или уникальность проекта, что проявляется в создании нового.

Рассматривая проект как систему технологий создания медиапродуктов (предназначенных для медиакоммуникации), сформулируем опорную практическую задачу: разработать

комплекс решений с приращением практических знаний и учетом временных, бюджетных и ресурсных ограничений.

Проективное обучение специалистов медиакоммуникационной сферы обладает рядом преимуществ перед другими методами образовательной деятельности, более того, как показывают результаты экспериментальных исследований, проективное обучение позволяет активизировать самообразовательную деятельность более чем в два раза, сформировав при этом компетенцию организации и осуществления самостоятельной деятельности обучающегося.

В модели проективного обучения специалистов в сфере медиакоммуникаций действует механизм осуществления проектирования, включающий:

- а) выявление, изучение особенностей аудитории, для которой предназначается медиапродукт;

- б) разработку и реализацию комплекса присоединения медиапродукта к непрерывному процессу воздействия на индивидуальное и массовое сознание в контексте массовой коммуникации;

- в) удовлетворение потребностей аудитории с одновременным воздействием на общественное сознание;

- г) управление информационными потоками и массовой коммуникацией.

Сегодня прослеживается опыт структурирования проективного обучения в образовательной практике КФУ по подготовке специалистов медиакоммуникационной сферы, выраженный в следующих позициях:

1. Изучение проблематики медиакоммуникационных процессов как основа для выбора темы медиапроекта.

2. Определение типа медиапроекта (исследовательский, творческий, менеджерский).

3. Постановка проблемы проекта.

4. Определение состава команды проекта с распределением ролей участников проекта.

5. Распределение задач и обсуждение возможных методов решения.

6. Самостоятельная работа участников проекта.

7. Оформление проекта. Подготовка презентационного материала.

8. Защита проектов, рецензирование (форма – конкурс проектов, конференция проектов и так далее).

9. Обсуждение проектов (в форме пресс-конференции).

Таким образом, в результате проведенного исследования по определению места и роли проективного обучения в подготовке специалиста в области медиакоммуникаций значительное внимание отводилось методике проективного обучения, содержательной стороне проект-менеджмента и моделированию проектного обучения при подготовке будущих журналистов, специалистов по связям с общественностью.

Показано, что проект-менеджмент становится одной из наиболее актуальных и органично вписывающихся в образовательный

процесс коммуникационных технологий, позволяющих создавать медиапродукт повышенного качества и спроса, ориентируясь на социальное действие и актуализацию практических знаний. Успешность проект-менеджмента зависит от постановки образовательных задач, учитывающих ресурсное, информационное, креативное, содержательное наполнение медиапродукта, а смыслом любой проектной деятельности становится комплексное решение поставленных задач, определяющихся образовательной целью медиапроекта.

Список литературы

1. Березин, В. М. Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия / В. М. Березин. – М., 2003. – 174 с.
2. Богомолова, Н. Н. Социальная психология массовой коммуникации / Н. Н. Богомолова. – М., 2008. – 191 с.
3. Войтик, Е. А. К вопросу определения медиакоммуникации как понятия / Е. А. Войтик // Открытое и дистанционное образование. – 2013. – № 1 (49). – С. 26–31.
4. Войтик, Е. А. Информация как единица коммуникативного процесса и ее значение в медиакоммуникации / Е. А. Войтик // Вестн. Челяб. гос. ун-та. – 2013. – № 1 (292). – Филология. Искусствоведение. Вып. 73. – С. 24–28.
5. Вульф, К. Антропология: история, культура, философия / К. Вульф. – СПб., 2008. – 280 с.
6. Дорошук, Е. С. Арт-текст в социальных сетях: к вопросу о задачах информационного управления / Е. С. Дорошук // Мультимедийная журналистика Евразии – 2013: интертекстуальность новых медиа и феномены культуры в медиапрактике в едином глобальном информационном пространстве Востока и Запада. Евразия молодая – 2013: сб. материалов и науч. ст. VII Междунар. науч.-практ. конф. Казань, 11–12 декабря 2013 г. – Казань, 2014. – С. 391–396.
7. Зимняя, И. А. Педагогическая психология / А. И. Зимняя. – М., 2000. – 432 с.
8. Зуб, А. Т. Управление проектами / А. Т. Зуб. – М., 2014. – 422 с.
9. Киричек, П. Н. Медиакоммуникация и массовое сознание: принципы и механизмы формирования / П. Н. Киричек. – М., 2007. – 36 с.
10. Киричек, П. Н. Проектные методы управления информационными коммуникациями / П. Н. Киричек, А. Н. Колесников, А. И. Шипилов. – М., 2013. – 64 с.
11. Первушин, В. Практика управления инновационными проектами / В. Первушин. – М., 2010. – 324 с.
12. Тихонова, Л. П. Проектный метод в гуманитарной подготовке студента средней профессиональной школы / Л. П. Тихонова, Г. М. Багавиева, К. Л. Свечников // Пед. наука Поволжья. – 2007. – № 1. – С. 79–90.
13. Шилина, М. Г. Медиакоммуникация: тенденции трансформации. Новые парадигмы исследований массовых коммуникаций / М. Г. Шилина // Медиаскоп. – 2009. – Вып. 3. – URL: <http://www.mediascope.ru/node/404>.
14. Эко, У. Пять эссе на темы этики / У. Эко. – СПб., 2007. – 158 с.
15. Bogatkina, M. Converging Innovations in the Modern Humanitarian Science / M. Bogatkina, E. Doroschuk, R. Gazizov // The Social Sciences. – Vol. 10, is. 7. – Pp. 1932–1934.

Сведения об авторе

Дорошук Елена Сергеевна – доктор педагогических наук, профессор Казанского федерального университета. Казань, Россия. leona31@yandex.ru

*Bulletin of Chelyabinsk State University. 2016. No. 13 (395).
Philology Sciences. Issue 104. Pp. 69–75.*

PROJECT MANAGEMENT IN THE SYSTEM OF TRAINING SPECIALISTS' MEDIA COMMUNICATIONS AREAS: PRINCIPLES

E. S. Doroschuk

Kazan (Volga region) Federal University, Kazan, Russia. Leona31@yandex.ru

The article considers the problems of applying projective training as project management in the preparation of future specialists in the field of media communications. In the context of transdisciplinary and convergent approaches presents the objectives, content and ways of implementation of project learning into the educational process. Methodology project-management – media production – positioned as a management tool for educational and self-educational activity of the future employees of the media sphere. The author develops the projective model of learning, based on structural and functional features of modern media communication process. In these circumstances, media production appears as a form of transdisciplinary research with the solution of a significant creative task with the use of integrated knowledge. Form of educational cooperation becomes a practice-focused cooperation based on the communication competence of the participants in media production in which students create practical knowledge in a variety of types and forms prevalent in media communications.

Keywords: *project management, media, educational activity, training, self-development.*

References

1. Berezin V.M. *Massovaja kommunikacija: sushhnost', kanaly, dejstvija* [Mass communication: the nature, the channels, of the action]. Moscow, 2003. 174 p. (In Russ.).
2. Bogomolova N.N. *Social'naja psihologija massovoj kommunikacii* [Social psychology of mass communication]. Moscow, 2008. 191 p. (In Russ.).
3. Vojtik E.A. K voprosu opredelenija mediakommunikacii kak ponjatija [To the question of definition of media communication as concepts]. *Otkrytoe i distancionnoe obrazovanie* [Open and distance education], 2013, no. 1 (49), pp. 26–31. (In Russ.).
4. Vojtik E.A. Informacija kak edinica kommunikativnogo processa i ee znachenie v mediakommunikacii [Information as a unit of communication process and its importance in media communication]. *Vestnik Cheljabinskogo gosudarstvennogo universiteta* [Bulletin of the Chelyabinsk state University], 2013, no. 1 (292), pp. 24–28. (In Russ.).
5. Vul'f K. Antropologija: Istorija, kul'tura, filosofija [Anthropology: History, culture, philosophy]. St. Petersburg, 2008. 280 p. (In Russ.).
6. Doroschuk E.S. Art-tekst v social'nyh setjah: k voprosu o zadachah informacionnogo upravlenija [Art text on social networks: on the problems of information management]. *Mul'timedijnaja zhurnalistika Evrazii – 2013: intertekstual'nost' novyh media i fenomeny kul'tury v mediapraktike v edinom global'nom informacionnom prostranstve Vostoka i Zapada. Evrazija molodaja – 2013. Sbornik materialov i nauchnyh statej VII Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoj konferencii. Kazan', 11–12 dekabrja 2013 goda* [Multimedia journalism of Eurasia – 2013: intertextuality new media and cultural phenomena in mediapraktike in a single global information space of the East and the West. Young Eurasia – 2013. Collection of materials and scientific articles VII International Scientific and Practical Conference]. Kazan, 2014. Pp. 391–396. (In Russ.).
7. Zimnjaja I.A. *Pedagogicheskaja psihologija* [Pedagogical psychology]. Moscow, 2000. 432 p. (In Russ.).
8. Zub A.T. *Upravlenie proektami* [Project Management]. Moscow, 2014. 422 p. (In Russ.).
9. Kirichek P.N. *Mediakommunikacija i massovoe soznanie: principy i mehanizmy formirovanija* [The media communication and mass consciousness: principles and mechanisms of formation]. Moscow, 2007. 36 p. (In Russ.).
10. Kirichek P.N., Kolesnikov A.N., Shipilov A.I. *Proektnye metody upravlenija informacionnymi kommunikacijami* [Project management methods information communications]. Moscow, 2013. 64 p. (In Russ.).

11. Pervushin V. *Praktika upravlenija innovacionnymi proektami* [The Practice of innovative projects management]. Moscow, 2010. 324 p. (In Russ.).
12. Tihonova L.P., Bagavieva G.M., Svechnikov K.L. Proektnyj metod v gumanitarnoj podgotovke studenta srednej professional'noj shkoly [Project method in the humanitarian training of students of professional secondary school]. *Pedagogicheskaja nauka Povolzh'ja* [Pedagogical science of the Volga region], 2007, no. 1, pp. 79–90. (In Russ.).
13. Shilina M.G. Mediakommunikacija: tendencii transformacii. Novye paradigmy issledovanij massovyh kommunikacij [Media communication: trends of transformation. New paradigms of mass communication research]. *Mediaskop. Jelektronnyj nauchnyj zhurnal* [Mediastop. The electronic scientific journal], 2009, no. 3. Available at: <http://www.mediascope.ru/node/404>, accessed 25.01.2016. (In Russ.).
14. Eco U. *Pjat' jesse na temy jetiki* [Five essays on themes of ethics]. St. Petersburg, Symposium Publ., 2007. 158 p. (In Russ.).
15. Bogatkina M., Doroschuk E., Gazizov R. Converging Innovations in the Modern Humanitarian Science. *The Social Sciences*, 2015, no. 10 (7), pp. 1932–1934.

УДК 659.4+070
ББК 842

ВОЗРАСТАНИЕ РОЛИ PR-КОМПЕТЕНЦИЙ В УСЛОВИЯХ МЕДИАТИЗАЦИИ СОЦИУМА

Исследование выполнено за счет гранта
Российского научного фонда (проект №16-18-02032)

М. В. Загидуллина

Челябинский государственный университет, Челябинск, Россия

Под медиатизацией социума понимается вовлеченность в разные варианты публичного диалога все большего числа профессиональных сфер и полей общественной жизни. Ранее не нуждавшиеся в публичном позиционировании, эти профессиональные сферы испытывают сегодня дефицит навыков и умений в области самопрезентации и поддерживания диалогических отношений с общественностью. На примере науки показывается, как PR-компетенции из числа факультативных переместились на одно из центральных мест в деятельности исследователей. Образовательные модели при этом не могут гибко отреагировать на вызовы среды и нуждаются в поддержке специалистов по образованию в сфере связей общественности и рекламы.

Ключевые слова: *медиатизация, самопрезентация, продюсирование, публичная сфера, поле политики, поле масс-медиа, поле научных исследований, паблик рилейнз, реклама, продвижение.*

Особенностью современного периода развития культуры является медиатизация всех сфер человеческой жизни, включая традиционно закрытую интимную сферу частной жизни, специфические сферы, недоступные широким массам (например, научное знание) и даже такие социальные институты, как армия и военные действия (относимые к государственной тайне). Медиатизация – интеграция медиа как средств передачи, распространения информации с социальными практиками любой сферы деятельности. Медиатизация при этом может выступать как нежелательное и запрещаемое явление (например, запрет российским военным пользоваться аккаунтами в Инстаграмме после скандала с выложенными в этой сети фотографиями россиян, пребывающих на военной службе на территории Украины, – см., например: <http://argumentua.com/stati/instagram-razoblachaet-rossiiskikh-soldat-taino-rabotayushchikh-v-ukraine>), а может быть обязательной частью деятельности (так, например, российским чиновникам было предписано создать и вести сайты о деятельности всех государственных служб – см. «Концепция формирования и развития единого информационного пространства России и соответствующих государственных информационных ресурсов» 1995 г., точно такое же предписание получили, например, епархии – см., например: <http://ortho-media.ru/docs>).

Само понятие «медиатизация», пройдя определенный путь исследовательской рефлексии, потеряло первоначальную связь с «посредничеством» и приблизилось по значению к понятию «публичность» – в том смысле, как это понимает Ю. Хабермас [11], но вполне в духе М. Маклюэна [7], считавшего превращения медиа из посредника в самодостаточный феномен неизбежным. Подробнее об истории термина можно посмотреть в статье Д. И. Шаронова [9] и монографии Н. Б. Кирилловой (там же содержится обширная библиография) [3].

Н. Б. Кириллова, исследуя феномен медиакультуры, приходит к выводу о серьезных изменениях в обществе под воздействием медиатизации основных полей общественной жизни. Обращаясь к концепциям П. Бурдьё и Р. Барта, исследователь указывает на неизбежность формирования новой сферы публичности, основным вызовом которой является проблема стихийности (а также возможности рационализации этой стихийности посредством медиамеджмента) [4]. Оставляя за скобками вопрос о «реальности медиа» (по Н. Луману [6]), отметим, что за время, прошедшее после выхода основных работ, теоретизирующих понятие медиатизации, социальные медиа широко вошли в жизнь масс, закрепив победу симулякров и создав особый тип социально-медийной реальности. Лента в Фейсбуке вполне может быть

уподоблена городской площади эпохи средневековья – место встречи, торговли, обмена новостями, развлечений и мошенничества. Туда заходят потолкаться – что, впрочем, похоже на чтение журнала или газеты, только степень хаотичности выше. В то же время «френдлента» организуется теми, кто так или иначе тебе «друг», и поэтому реальность, подкачиваемая социальными медиа, чрезвычайно гибко и умно «подстроена» под каждого в отдельности и создает иллюзию той действительности (или реакции на действительность), какая близка пользователю.

Тем не менее даже в этих «рафинированных» условиях медиасреда провоцирует конкуренцию среди пользователей, психологическую зависимость от «лайков» и других форм признания, а современным аналогом славы становятся миллионы просмотров или прочтений. Вместе с усилением психологических эффектов социальных медиа возрастает и роль несвойственных ранее масс-медийному пространству компетенций, в том числе компетенций продвижения в плотно конкурентной среде.

Значимо, что, например, для Ю. Хабермаса очевидна историческая трансформация публичности, служащей в свое время залогом открытости и дискурсивной оформленности самой идеи власти, к публичности как «плебисциту», когда обращение политика в парламенте рассматривается не как попытка убедить другого парламентария (оппозиционера), а как прямое обращение к гражданам, вовлеченным в политическую борьбу [12]. Функции и специфика публичности меняются. Образно эти перемены были подмечены Д. Эггерсом в «Сфере» (оригинальное название романа – “The Circle”, аллюзия к Google [10]). Здесь принцип публичности и открытости подменяется принципом абсолютной прозрачности, когда человеку нечего скрывать, не надо таиться от других (или, точнее, такая откровенность и абсолютная публичность признаются новой добродетелью). Прозрачность такого рода воплощается в медиа-активность: главной героине, чтобы подняться по внутренней служебной лестнице к вершине корпорации, надо рабски писать комментарии, ставить лайки, писать посты во внутренней корпоративной сети. Здесь «активная гражданская позиция» перерастает в свой медийный симулякр, копию без оригинала, а прозрачность как самодостаточная «добродетель» становится настоящим способом убийства и расправы (причем с самыми близкими людьми). Разрушение

границы между публичным и потаенным чревато социальными потрясениями – к такому выводу приходит автор [10].

На примере развития научного поля (по терминологии П. Бурдьё [1]) можно показать, как, изначально интерферируя с полем политики, оно постепенно расширило свою взаимосвязь с полем масс-медиа. Широкая дискуссия вокруг реформирования РАН показала, что научное сообщество не готово к таким формам публичности, а для самой науки язык массовой аудитории так же недоступен, как массовой аудитории недоступен язык научного сообщества. Исключение взаимовыгодного диалога порождает последствия, достаточно серьезно деформирующие сложившиеся формы репродукции научного знания и развития науки. Отсутствие навыков PR-специалистов у представителей научного сообщества (в частности, неумение использовать научно-популярный дискурс) в эпоху всеобщей медиатизации серьезно подорвали возможности российской науки как социального института. Эти трансформации довольно точно фиксирует, например, газета «Поиск» (см. <http://www.poisknews.ru/theme/ran/>). Возможно, включение навыков PR-специалиста при подготовке работников научной сферы могло бы способствовать большей гармонизации существующей ситуации – что принесло бы пользу и российской науке в целом, и самим ученым, а также снизило бы напряжение в системе «наука – общество». Умение написать научно-популярную статью для массового издания, выступить с публичной лекцией для широкого круга слушателей, даже объяснить суть своих исследований для коллег из других научных отраслей до сих пор не считается значимым, а следовательно, оказывается вне внимания образовательной системы.

Если говорить о воздействии медиатизации на профессиональные средства массовой информации, то важной чертой российской журналистики является особая экономическая модель. Несомненно, общая ситуация финансирования СМИ в России сейчас (прежде всего, государственная субсидия, наличие частной собственности в сфере масс-медиа) позволяет размышлять о независимости профессиональных СМИ от аудитории. Эта относительно новая форма независимости возникает стихийно, основывается на принципах цензуры (пусть и неинституционализированной), а также на принципе «одного читателя» (главного редактора, заказчика и т. п.). Независимость от ауди-

тории, казалось бы, неизбежно должна устранить из профессиональных масс-медиа компетенции PR. Однако это не так, и даже в таком (некомфортном в целом для провозглашаемых принципов и этических правил журналистского поля) случае, как независимость от аудитории, ставит журналиста перед вызовом public relations. А для тех СМИ, что оказываются в зоне постоянной реальной работы с читателем (зрителем, слушателем), эти навыки, безусловно, необходимы.

Говоря о профессиональном журнализме, следует отметить три компетенции, восходящие к сфере PR, которые становятся все более значимой частью подготовки профессионала масс-медиа.

Первое. Слышать и понимать аудиторию – как она есть (а не как «воображаемого собеседника», наделенного только «желательными» чертами). Для специалиста сферы PR понимание целевой аудитории – залог успеха любого действия. Для журналиста представление о целевой аудитории может оказаться размытым, поскольку программа подготовки (и даже практическая работа в редакции) не всегда ставит проблему изучения и понимания целевой аудитории в фокус внимания будущего специалиста. Исходя из того, что было сказано в начале статьи, чуткость к целевой аудитории притупляется несовпадением этого понятия и «круга друзей» журналиста как частного лица. Если специалист постоянно оказывается вовлечен в круг общения, релевантный его мировоззрению, то любое отклонение от «своих норм» он, возможно, будет воспринимать именно как отклонение вообще, «не-норму». Но именно в связи с этим возникает угроза утраты связи с целевой аудиторией, взаимопонимания. Хорошо известна шутка про кремлевскую администрацию: «В Кремль требуется специалист по связям с реальностью». Но точно также мог бы сказать и Кремль: либеральной аудитории требуется специалист по связям с *другой* реальностью, чем та, что они конструируют в ходе общения друг с другом. Такую фразу мог бы сказать любой субъект медиaprостранства по отношению к *другому*, «исповедующему» иные принципы. Как говорится, в таком случае «оба правы», однако на уровне профессионального действия должна быть укреплена и выработана компетенция постоянного исследования целевой аудитории и вовлечения ее в процессы создания, обсуждения и критики медиapодукции. Здесь медиатизация оказы-

вается не только фактом медиареальности, но и фактором искажения восприятия реальности. Таким образом, понятие «изучение целевой аудитории» начинает смещаться в поле PR-технологий, имеющих дело не только и не столько с лояльно настроенной частью общества, а как раз в большей мере развивающих навык преодоления негативного отношения, непонимания, даже враждебности.

Второе. Корпоративная культура издания, которое представляет журналист. Независимость журналиста от издания – мнимая ценность. Очевидно, что профессиональное СМИ становится все больше похоже на бренд, продвигаемый опытным пиарщиком. А значит, подпадает под законы брендинга, поддержки, развития и «раскрутки» бренда. В современном информационном поле борьба СМИ за читателя (пользователя) ощутима. Но она невозможна без поддержки и продвижения самого СМИ. На современном российском медиарынке мы можем видеть разные уровни «брендинга»: например, очевидное снижение внимания к продвижению издания со стороны «Коммерсанта», резкое усиление работы в этом направлении со стороны Znak.com, использование технологий брендинга редакцией «Медузы». Эти примеры позволяют видеть, каким образом PR-технологии проникают в профессиональное поле журналистики и – главное – какие последствия для всех участников коммуникации имеют. Сами принципы, особенности корпоративной культуры оказываются значимым инструментом – а умение развивать корпоративную культуру можно отнести к числу компетенций, необходимых современному журналисту. Стоит отметить также, что традиционно в рамках журналистского образования формируется пренебрежительное отношение к корпоративным СМИ (как простому «рупору» начальства), и нередко это отношение переносится на любые понятия, связанные с корпоративной культурой. Очевидно, что назревает необходимость изменения самого подхода к преподаванию связанных дисциплин.

Третье. Медиарилейшнз. Казалось бы, профессиональный журналист здесь выступает объектом действий профессионального пиарщика. Это PR-специалисту важно найти общий язык с представителями СМИ, обеспечить их участие в мероприятиях и т. п. Однако в современной медиадействительности и профессиональный журналист обязан обладать навыками и знаниями в сфере выстраивания отношений с

масс-медиа. Главная причина здесь – размывание границ между СМИ разного типа, конвергентные процессы, ведущие к интерференции СМИ, а также постоянное заимствование информации, перепечатка со ссылками на другое издание и т. п. В таких условиях возрастает ответственность за достоверность информации и в то же время – необходимость грамотного построения медиапродукта, вступающего в конкуренцию с другими.

Говоря об этих трех компетенциях, следует остановиться на методической, научно-педагогической проблематике их выработки и закрепления. В данном случае мы видим конфликт задач развития настоящего (соответствующего профессиональным требованиям) журналиста и самой направленности данных компетенций. Возвращаясь к вопросу (не) зависимости в профессиональном журнализме, мы оказываемся в неразрешенной дилемме педагога высшей школы, готовящего профессиональные кадры для медиасреды: как сопрягать независимость и принцип объективности с такими понятиями, как брендинг, продвижение и т. п.? Не возникает ли внутренний конфликт, мешающий успешности подготовки специалиста? Очевидно, что конфликт может быть разрешен при обращении к общим принципам журналистики и

понимании неуниверсальности так называемой нормативной теории. Для успешного развития отрасли необходимо широкое и свободное критическое мышление ее акторов, когда функции, задачи, цели воспринимаются на уровне инструментально-деятельностном, а ценности, нормы и все, что относится к деонтологии и акмеологии профессии, – как ее сущностное свойство. При таком подходе вполне возможно преодоление конфликта и выход обучающихся на уровень сознательного выбора, позволяющего четко понимать, где методы, ведущие к целям, обусловлены этически, а где нарушение этих границ. Несомненно, такой подход требует конкретизации предметного поля и для самих педагогов высшей школы, осознающих нелинейность развития журналистской профессии, постоянное давление на ее принципы и функции меняющегося медиaprостранства.

Ситуация с возрастанием роли компетенций, относимых традиционно к сфере PR-деятельности, в профессиональной деятельности журналиста нуждается в осмыслении и конкретизации: эту ситуацию можно рассматривать как симптом более значимого и широкого явления размывания профессиональных границ в коммуникационном пространстве.

Список литературы

1. Бурдые, П. Социальное пространство: поля и практики / П. Бурдые. – СПб.; М., 2005. – 576 с.
2. Кириллова, Н. Б. «Номо medium» как объект и субъект информационной эпохи / Н. Б. Кириллова // Вестн. Челяб. гос. ун-та. Сер. Философия. Социология. Культурология. – 2014. – № 17 (346), вып. 33. – С. 17–23.
3. Кириллова, Н. Б. Медиакультура: от модерна к постмодерну / Н. Б. Кириллова. – М., 2005.
4. Кириллова, Н. Б. Медиаменеджмент как интегрирующая система / Н. Б. Кириллова. – М., 2008.
5. Луман, Н. Медиакommunikation / Н. Луман. – М., 2005.
6. Луман, Н. Реальность массмедиа / Н. Луман. – М., 2005.
7. Маклюэн, М. Понимание медиа: внешние расширения человека / М. Маклюэн. – М., 2007. – 464 с.
8. Публичная сфера: теория, методология, кейс-стади : коллектив. моногр. / под ред. Е. Р. Ярославской-Смирновой, П. В. Романова. – М., 2013. – 360 с.
9. Шаронов, Д. И. О коммуникативном смысле медиатизации / Д. И. Шаронов // Вестн. Воронеж. гос. ун-та. Сер. Филология. Журналистика. – 2008. – № 2. – С. 226–233.
10. Эггерс, Д. Сфера / Д. Эггерс. – М., 2014. – 284 с.
11. Habermas, J. Further Reflections on the Public Sphere / J. Habermas // Calhoun, C. (ed.) Habermas and the Public Sphere. – Cambridge, 1992.
12. Habermas, J. The Structural Transformation of the Public Sphere. An Inquiry into a Category of Bourgeois Society / J. Habermas. – Cambridge, 1991.

Сведения об авторе

Загидуллина Марина Викторовна – доктор филологических наук, профессор кафедры журналистики и массовых коммуникаций факультета журналистики, Челябинский государственный университет. Челябинск, Россия.
mzagidullina@gmail.com

Bulletin of Chelyabinsk State University. 2016. No. 13 (395).

Philology Sciences. Issue 104. Pp. 76–80.

INCREASING ROLE OF PR-COMPETENCES IN THE MEDIATIZED SOCIETY

M. V. Zagidullina

Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russia. mzagidullina@gmail.com

Mediatization of society means involvement of many fields of social life in the different versions of a public dialogue. If in the past there were a lot of aspects of life traditionally hidden from public discussion (i. e. private life, military etc.) one can now see increasing transparency in all types of human activity. Mediatization considered as an integration of media in these activities is the new challenge to the education field related to journalism. The division between PR-technologies and journalism technologies is no longer as clear as it was before the ‘media-boom’ of social media. The professional journalist needs to have the skills of a PR-specialist in order to promote media-production and accomplish all functions of journalism. But at the same time the conflict between the principle of independence and these skills becomes stronger and more problematic. This is why it is important to discuss and consider a change in the educational schedule of journalism in order to meet this challenge. In this article, the author proposes to journalists three major skills from the PR-field competences: target audience as an objective, corporative culture of mass-media entertainment, media-relations).

Keywords: *mediatization, self-presentation, producing of news, the public sphere, the field of politics, media field, the field of scientific research, public relations, advertising and promotion.*

References

1. Bourdieu P. *Sotsial'noye prostranstvo: polya i praktiki* [Social space: fields and practices]. Saint Petersburg; Moscow, 2005. 576 p. (In Russ.).
2. Kirillova N.B. «Homo medium» kak ob"yekt i sub"yekt informatsionnoy epokhi [«Homo medium» as an object and subject of the information era]. *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta* [Bulletin of Chelyabinsk State University], 2014, no. 17 (346), pp. 17–23. (In Russ.).
3. Kirillova N.B. *Mediakul'tura: ot moderna k postmodernu* [Media Culture: from modern to post-modern]. Moscow, 2005. (In Russ.).
4. Kirillova N.B. *Mediamenedzhment kak integriruyushchaya sistema* [Media management as an integrating system]. Moscow, 2008. (In Russ.).
5. Lumann N. *Mediakommunikatsii* [Mediacommunications]. Moscow, 2005. (In Russ.).
6. Lumann N. *Real'nost' massmedia* [The reality of massmedia]. Moscow, 2005. (In Russ.).
7. McLuhan M. *Ponimaniye media: vneshniye rasshireniya cheloveka* [Understanding Media: The Extensions of Man]. Moscow, 2007. 464 p. (In Russ.).
8. Yarskaya-Smirnova Ye.R., Romanov P.V. (eds.). *Publichnaya sfera: teoriya, metodologiya, keys stadi* [The public sphere: the theory, methodology, case study]. Moscow, 2013. 360 p. (In Russ.).
9. Sharonov D.I. O kommunikativnom smysle mediatizatsii [About communicative meaning of mediatization]. *Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta* [Bulletin of Voronezh State University], 2008, no. 2, pp. 226–233. (In Russ.).
10. Eggers D. *Sfera* [The Circle]. Moscow, 2014. 284 p. (In Russ.).
11. Habermas J. Further Reflections on the Public Sphere. Calhoun C. (ed.). *Habermas and the Public Sphere*. Cambridge, 1992.
12. Habermas J. *The Structural Transformation of the Public Sphere. An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*. Cambridge, 1991.

УДК 801.73

ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ НАГРУЗКИ ГЕНЕРАЛИЗОВАННЫХ ВЫСКАЗЫВАНИЙ В ДВУХ ТИПАХ ТЕКСТОВ

Е. З. Имаева

Государственный университет управления, Москва, Россия

Статья посвящена изучению генерализованных высказываний в реалистических текстах и текстах с теми или другими формами отчуждения. Если пословицы в первом типе текста выражают бесконечное, то во втором генерализованные высказывания создают дискретную структуру. Методом исследования является не объективный сравнительный анализ идей, а герменевтическое вчитывание в текст. Тексты отобраны в зависимости от присутствия в них определенных структур.

Ключевые слова: *пословица, дискретная структура, категория неопределенности, пословичный, семантика всеобщности.*

Текст первичного стиля связан с представлением о целостности, всеохватности и внутренней завершенности абсолютного центра, в свернутом виде содержащего в себе весь феноменальный мир. Очень существенно, что, как замечал А. И. Лисин, Единое, целостность человеческого существования, «вне которой нет ни мира, ни счастья на земле», заключается в собирании идеальных и материальных рассеянных сущностей мира [5]. Такой текст может рассматриваться как целостность. Здесь мы наблюдаем феномен неполноты идеальности. Целостность неопределенна. Например, рассмотрим отрывок из повести Г. Джеймса «The Birthplace»: «I learnt something at first certainly – that had not been one of the teachings of my small, smothered life, learnt to be amused, and even amusing, and not to think for the morrow. It was the first time, in a manner, that I had known space and air and freedom, all the music of summer and all the mystery of nature» [12. P. 386] («Я узнал что-то, впервые и определенно, и это не было одним из уроков в моей маленькой, тяжелой жизни; я понял, что нужно быть радостным и не думать о завтрашнем дне. Это было впервые, таким образом, когда я познал пространство и воздух, и свободу, всю музыку лета и все таинства природы»).

Реализм полагает известным мощь всякого множества элементов. Главной задачей исследователя становится обнаружение общего отличительного признака, характеризующего все элементы какого-либо множества, и изучение сочетательных возможностей элементов этого множества по некоторому признаку.

В смысловом универсуме данным считается лишь его объем. Во вторичном стиле объем некоторого значения уменьшается или увеличивается за счет подстановки части на место целого.

В текстах первичного стиля важную роль играют максимы, генерализованные высказывания, афоризмы, пословицы. Все эти перлюкутивные конструкции социума имеют одинаковую структуру. В них доминирует категория неактуальности, категория неопределенности, категория множественности.

Для личной формы глагольного сказуемого наиболее характерной является форма 3-го лица единственного и множественного числа в так называемом неактуальном настоящем времени. Действие не актуализовано, к глаголу примысливается семантический множитель «обычно», «вообще». Глагольные категории сказуемого в поговорках, как правило, коррелируют с непривязанностью к конкретному моменту, непривязанностью действия.

Денотативный статус имени в поговорках, как правило, характеризуется «неспецифической» неопределенностью, соотносимой со значением «всякий, любой».

В повести В. Ирвинга «Рип Ван Винкль» мы находим афоризм: «A tart temper never mellows with age, and a sharp tongue is the only edged tool that grows keener with constant use» («Дурной характер никогда не смягчается с возрастом, а острый язык – единственный их всех режущих инструментов, которые не только не притупляются от постоянного употребления, но, наоборот, делается все острее и острее» [4. С. 3]).

В рассказе Ш. Андерсона «Death in the Woods» в эпизоде, когда главная героиня замерзает в лесу, следуют слова: «She wouldn't be very cold now, just drowsy. Life hangs on a long time. Perhaps the old woman was out of her head. She may have dreamed of her girlhood, at the German's and before that, when she was a child and before her mother lit out and left her» [9. P. 50] («Теперь ей не будет очень холодно, это просто сонливость. Жизнь длится долгое время. Возможно, старуха была не в себе. Ей, возможно, приснилось ее детство у Германа, а до этого, может быть, ее мама, которая стояла, как свеча, и оставила ее»).

Роман Д. Д. Сэлинджера «Над пропастью во ржи» также насыщен генерализованными высказываниями:

1. People always think something's all true [11. P. 34] («А люди всегда думают, что они тебя видят насквозь»).

2. Sometimes I act a lot older than I am – I really to – but people never notice it. People never notice anything [11. P. 34] («Иногда я веду себя так, будто я куда старше своих лет, но этого-то люди не замечают. Вообще ни черта они не замечают»).

3. People never believe you [11. P. 58] («Люди никогда не верят тебе»).

4. People never think anything is anything really. I'm getting goddam sick of it [11. P. 73] («Вечно люди про все думают, что это не то. Надоело мне это до черта»).

5. People always clap for the wrong things [11. P. 36] («Они всегда хлопают, чему надо»).

Ведущими грамматическими категориями глагола и имени в генерализованных высказываниях являются: неактуальный статус глагола в настоящем времени, формы будущего времени, императива и инфинитив, неопределенный статус имени с семантикой всеобщности и тяготением к формам множественности, точнее, нерелевантности числового показателя.

Однако в текстах с отчужденным словом тоже встречаются генерализованные высказывания, афоризмы, пословицы. Они принадлежат двойнику. В. В. Библихин утверждает, что дублер включен в систему, софия (она не наша, и нам открыта не она, она никогда не может быть нам открыта) постоянно включает в себя и для себя отдельность внутри самой же себя. Паузу. Отстояние. Пустоту. Ничто. Это один из ее шагов [1].

В следующих фрагментах из петербургской поэмы «Двойник» Ф. М. Достоевского разговор

идет между доктором и Яковом Петровичем Голядкиным. Но хотя здесь еще нет двойника, однако Голядкин уже раздвоился, раскололся надвое, он уже сам себе стал посторонним, через него необъяснимо пробивается другое.

1. «– Да, Крестьян Иванович, и я знаю некоторых людей, Крестьян Иванович, которые не слишком-то держатся общего мнения, чтоб иногда правду сказать.

– А!.. Как же это?

– Да уж так-с; это, впрочем, постороннее дело; умеют этак иногда поднести коку с соком.

– Что? что поднести?

– Коку с соком, Крестьян Иванович, это по-слову русская. Умеют иногда кстати поздравить кого-нибудь, например, есть такие люди, Крестьян Иванович.

– Поздравить?

– Да-с, поздравить» [3. С. 84].

2. «Господин Голядкин остановился. Так как господа регистраторы были теперь удовлетворены вполне, то вдруг оба крайне неучтиво покатались со смеха. Господин Голядкин вспыхнул.

– Смейтесь, господа, смейтесь покамест! Поживете – увидите, – сказал он с чувством оскорбленного достоинства, взяв свою шляпу и ретируясь к дверям.

– Но скажу более, господа, – прибавил он, обращаясь в последний раз к господам регистраторам, – скажу более – оба вы здесь со мной глаз на глаз. Вот, господа, мои правила: не удастся – креплюсь, удастся – держусь и во всяком случае никого не подкапываю. Не интригант – и этим горжусь. В дипломаты бы я не годился. Говорят еще, господа, что птица сама летит на охотника. Правда, и готов согласиться: но кто здесь охотник, кто птица? Это еще вопрос, господа!

Господин Голядкин красноречиво умолк и с самой значительной миной, то есть подняв брови и сжав губы донельзя, раскланялся с господами чиновниками и потом вышел, оставя их в крайнем изумлении» [3. С. 84].

В следующем отрывке речь Якова Петровича не логична, в ней причинно-следственные связи нарушены, одно не вытекает из другого:

«Да что мне, Крестьян Иванович, что он ассессором сделан? Мне-то что тут? Да жениться хочет, когда еще молоко с позволения сказать, на губах не обсохло. Так-таки и сказал. Дескать говорю, Владимир Семенович! Я теперь все сказал, позвольте же мне удалиться.

– Гм...

– Да, Крестьян Иванович, позвольте же мне теперь, говорю, удалиться. Да тут, чтоб уж разом двух воробьев одним камнем убить, – как срезал молодца-то на бабушках, – и обращаюсь к Кларе Олсуфьевне...» [3. С. 83].

О пословицах и поговорках говорит Т. М. Николаева [6], когда характеризует интертекстуальные единицы. По мнению автора, ключи нарратива близки к привычному нам сегодня понятию «ключевых слов». Какова же их функция? Прежде всего, они помогают увидеть смысловую дополнительную нагрузку в самом этом тексте.

В реалистических текстах максимы, афоризмы переживаются как неоформленная, текуче струящаяся энергия. В текстах с отчужденным словом пословицы создают слоистую, дискретно-рассыпчатую структуру. По этому поводу В. С. Библер пишет: «Всегда и везде ожидание и соучастие связано с неким уколом, пробуждающим воображение или мысль читателя. Причем этот минимальный, тщательно продуманный «укол» должен быть столь же закончен, намекающ, мгновенен и одновременно – сколь же завершен, замкнут» [2. С. 285].

Предметным образцом слоистой, дискретно-рассыпчатой структуры является описание волшебной воды в повести Эдгара Аллана По. И здесь слоистая структура воды изображает письменный текст, состоящий из отдельных строчек, сама вода есть образ чернил:

«Upon collecting a basinful, and allowing it to settle thoroughly, we perceived that the whole mass of liquid was made up of a number of distinct veins, each of a distinct hue; that these veins did

not commingle; and that their cohesion was perfect in regard to their own particles among themselves, and imperfect in regard to neighbouring veins. Upon passing the blade of a knife athwart the veins, the water closed over it immediately, as with us, and also, in withdrawing it, all traces of the passage of the knife were instantly obliterated. If, however, the blade was passed down accurately between the two veins, a perfect separation was effected, which the power of cohesion did not immediately rectify. The phenomena of this water formed the first definite link in that vast chain of apparent miracles with which I was destined to be at length encircled» [10. P. 1140–1141] («Набрав в посудину воды и дав ей хорошенько отстояться, мы заметили, что она вся расслаивается на множество отчетливо различимых прожилок, причем у каждой был свой определенный оттенок, что они не смешивались и что их сцепление было плотным между отдельными прожилками. Мы проводили ножом поперек прожилки, и они медленно смыкались, как бывает с обыкновенной водой, а когда вынимали лезвие, все следы мгновенно исчезали. Если же аккуратно проводить ножом между двумя прожилками, то они совершенно отделялись друг от друга, и сила сцепления не сразу сливала их вместе. Это явление было первым звеном в длинной цепи кажущихся чудес, среди которых мне предстояло находиться в течение длительного времени» [7. С. 340–341]).

Таким образом, пословицы подчеркивают оппозицию дискретной структуры текстов с чужим словом и текстов, выражающих позитивность.

Список литературы

1. Библихин, В. В. Собственность. Философия своего / В. В. Библихин. – СПб., 2012.
2. Библер, В. С. Мышление как творчество (Введение в логику мысленного диалога) / В. С. Библер. – М., 1975.
3. Достоевский, Ф. М. Собрание сочинений в 15 томах / Ф. М. Достоевский. – Л., 1988. – Т. 1.
4. Ирвинг, В. Новеллы / В. Ирвинг. – М., 1985.
5. Лисин, А. И. Идеальность / А. И. Лисин. – М., 1999. – Ч. 1.
6. Николаева, Т. М. О принципе «некооперации» и/или о категориях социолингвистического воздействия / Т. М. Николаева // Логический анализ языка. Противоречивость и аномальность текста. – М., 1990.
7. По, Э. Избранное : в 2 т. / Э. По. – М., 1996. – Т. 2.
8. Сэлинджер, Д. Д. Над пропастью во ржи / Д. Д. Сэлинджер. – М., 1983.
9. Anderson, S. Death in the Woods and Other Stories / S. Anderson. – New York, 1933.
10. Poe, E. A. Poetry and Tales / E. A. Poe. – New York, 1996.
11. Salinger, J. D. The Catcher in the Rye / J. D. Salinger. – New York, 1979.
12. The Complete Tales of Henry James. Published by J. B. Lippincott Company, 1964. – Vol. 12 (XII).

Сведения об авторе

Имаева Елена Зайнетдиновна – кандидат филологических наук, доцент кафедры английского языка, Государственный университет управления. Москва, Россия.
 imaeva-elena@mail.ru

*Bulletin of Chelyabinsk State University. 2016. No. 13 (395).
 Philology Sciences. Issue 104. Pp. 81–84.*

FUNCTIONAL LOADS OF GENERALIZED COMMENTS IN TWO TYPES OF TEXTS

E. Z. Imaeva

The State University of Management, Moscow, Russia. imaeva-elena@mail.ru

The article deals with generalized comments, proverbs in realist texts and texts with various forms of alienation and estrangement. If proverbs in the first type of texts are related to infinity, generalized comments in texts of implied sense create a discrete structure. The method of the study is hermeneutic comprehension of texts. Texts are chosen in accordance with definite structures.

Keywords: *proverb, discrete structure, the category of vagueness, proverbial, the semantics of generality.*

References

1. Bibihin V.V. *Sobstvennost'. Filosofija svoego* [Sobstvennost. Philosophy of his]. St. Petersburg, 2012. (In Russ.).
2. Bibler V.S. *Myshlenie kak tvorchestvo (Vvedenie v logiku myslennogo dialoga)* [Myshleniye as creativity (Introduction in logic of mental dialogue)]. Moscow, 1975. (In Russ.).
3. Dostoevskij F.M. *Sobranie sochinenij v 15 tomah* [Collected works in 15 volumes], vol. 1. Leningrad, 1988. (In Russ.).
4. Irving V. *Novelly* [Short stories]. Moscow, 1985. (In Russ.).
5. Lisin A.I. *Ideal'nost'* [Perfect], ch. 1. Moscow, 1999. (In Russ.).
6. Nikolaeva T.M. O principe «nekooperacii» i/ili o kategorijah sociolingvisticheskogo vozdejst-vija [O the principle of “not cooperation” and/or about categories of sociolingvistichesky impact]. *Logicheskij analiz jazyka. Protivorechivost' i anomal'nost' teksta* [Logical analysis of language. The contradictory and anomalous text]. Moscow, 1990. (In Russ.).
7. Po Je. *Izbrannoe* [Favourites], vol. 2. Moscow, 1996. (In Russ.).
9. Sjelindzher D.D. *Nad propast'ju vo rzhi* [The Catcher in the Rye]. Moscow, 1983. (In Russ.).
10. Anderson S. *Death in the Woods and Other Stories*. New York, 1933.
11. Poe E.A. *Poetry and Tales*. New York, 1996.
12. Salinger J.D. *The Catcher in the Rye*. New York, 1979.
13. *The Complete Tales of Henry James*. Published by J. B. Lippincott Company, 1964. Vol. 12 (XII).

УДК 82-3
ББК 84(2=411.2)6-4

ОБРАЗ СВЕРДЛОВСКА-ЕКАТЕРИНБУРГА В ТВОРЧЕСТВЕ АННЫ МАТВЕЕВОЙ

Л. А. Коваленко

Уральский федеральный университет, Екатеринбург, Россия

Статья посвящена изучению образа Свердловска-Екатеринбурга в романе «Завидное чувство Веры Стениной» и сборнике рассказов «Девять девяностых» Анны Матвеевой. В ходе анализа, основанного на монтаже звучащих в тексте «городских голосов» (повествователя и главных героев), выделяются такие авторские приемы изображения города, как простраивание маршрутов и панорамных изображений, зонирование пространства, воспроизведение деталей из городской повседневности, образы местных жителей, сравнение с другими городами.

Ключевые слова: *творчество Анны Матвеевой, роман «Завидное чувство Веры Стениной», сборник рассказов «Девять девяностых», образ Свердловска-Екатеринбурга.*

Художественный текст является одним из способов закрепления представлений о городе. Именно в литературном произведении, переводящем материальную городскую реальность в символическую, формируется авторский взгляд на «место». Художник,двигающийся по своему пространству и своими маршрутами, получает «суммарный итог своей непрерывной творческой деятельности» [1. С. 7] в виде уникального образа места-среды.

Екатеринбургский автор Анна Матвеева, выросшая и живущая в столице Урала, уверенно чувствует себя в местных координатах и нередко использует город для решения определенных художественных задач. Будучи человеком и автором *своего* пространства, Матвеева пользуется тактикой «расфокусирования» образа города – таким типом текстосложения, при котором «город говорит не столько улицами, переулками, площадями, домами, сколько людьми» [5. С. 91]. Мозаичное повествование с усложненной субъектно-объектной организацией, при котором звучит множество «городских голосов», каждый из которых делится самоощущением в пространстве, выстраивает текст и работает на конструирование образа Свердловска-Екатеринбурга.

Заданный в трех временных проекциях: через приметы далекого прошлого (1970–1980-е гг.), недавних лет (1990-е гг.) и настоящего (2000-е гг.) – образ Свердловска-Екатеринбурга заполняет собой роман «Завидное чувство Веры Стениной» и сборник рассказов «Девять девяно-

стных». При этом строгая историчность разбивается о характер подобранного материала: автор предлагает рассказ о «городских буднях», – том неспешном ходе повседневной жизни, который замечают или вспоминают главные герои.

Так, *Свердловск 1970–80-х гг.* в романе «Завидное чувство Веры Стениной» – это, с одной стороны, «бедная свердловская юность» свекрови главной героини, жившей в коммуналке на Красноармейской, и «трудовые будни в кадровом отделе Верх-Исетского завода» старшей Стениной [4]. С другой стороны, это город детства Веры и Юли, «жевавших гудрон в тенистых дворах Посадской» [4], посещавших центральную зубную поликлинику и магазин «Детский мир», оставшийся в памяти «у всего поколения». Свердловчане тех лет – дружное сообщество, которому оставалось «любить то, что нравится каждому»: одеваться, как в спец-одежду, в «румынские кофточки с черными огурцами» [4], пользоваться духами «Исфаган» местного разлива, «убогими “Уральскими самоцветами”», покупать «Свердловские» кексы и называть «все куртки – вне зависимости от размера и фасона – “курточками”» [3. С. 165].

Герои сборника «Девять девяностых» также хранят память о городской повседневности тех лет: о Домах быта, где делали «портреты в земляных, ретро-коричневых тонах» [3. С. 27], о Пышечных, к которым «со всего города приезжали за пышками» [3. С. 67], о прежнем названии кинотеатра «Колизей» («Октябрь»), в котором «целый год показывали фильм “Ученик

лекаря» [3. С. 344]. Символами Свердловска осознаются надписи на домах «Партии Ленина слава!» и памятник Якову Свердлову.

Екатеринбург 1990-х гг. напоминает некий «культурологический коллаж», где сосуществует «мода на Сальвадора Дали», активная деятельность местного «художника-скомороха» и нежелание екатеринбуржцев «разбазаривать свое время на живопись» [4]; видеобар ресторана «Космос», где было «модно вечерять в девяностые», и Дворец культуры «Автомобилист» с кинопоказами для школьников. Центр города, отданный в руки самодельных творцов, славится «картинами на массовый вкус» («в сквере у ЦУМа») и недорогими фотосессиями на Плотинке на фоне «сиреневого неба, водонапорной башни и фонтана» [4].

Периферия представляет собой массовую панельную застройку вперемешку с бандитскими ресторанами типа «Старая крепость» и редкими новостройками – с «породистым окрасом», «хитрыми планировками» и «лоджиями – предметом главной зависти окружающих». Городские окраины нередко пугают своими лабиринтами, криминальными разборками и обитателями: «техничками-алкоголичками», «бичами из барака», «советскими пацанами родом из спортивной секции» и «крепкими ребятами, только и ждавшими, чтобы сцепиться с кем-то» [3. С. 10, 43].

Элитой «дурных» 1990-х гг., когда «в городе легко и часто убивали» [3. С. 125], оказываются «бандиты-небожители», открывавшие офисы по всему городу, строившие «коттеджи из красного кирпича» и посещавшие легендарно-дорогой продуктивный магазин «СВ-2000» на Малышева.

Среднестатистические жители города вынуждены «браться за любую работу»: мужчины «становятся сторожами», «продают на Шарташском рынке шапки из женских рейтуз» [3. С. 208] и «корейские платья с кружевами-перьями» [3. С. 10], более уверенные открывают недолговечный бизнес; женщины устраиваются в детские сады и «самые обыкновенные, можно даже сказать захудалые школы», где «платят гроши» [3. С. 38], но чаще – «торгуют в “комках”» или «возят по домам дешевые польские костюмы».

СМИ активно муссируют тему «преступного, неблагополучного города», в котором «в те годы убийства были не то чтобы в порядке вещей, но уж точно не чем-то выдающимся» [4]: «в новостях каждый день показывают крова-

вые лужи и взорванные авто», «стреляют криминальные авторитеты», а насильники «завозят девушек в темный уральский лес» [4]. Молодые родители «гоняют в голове страшные картины» о краже детей из песочниц, женщины вздрагивают от очередной новости о маньяке, «наводившем ужас на весь город», а дети с увлечением смотрят репортажи о «загадочном появлении в водах Исети зубастых монстров» [4]. Журналистика становится не просто «модной профессией эпохи», но частью мировидения, неким фильтром, через который местные жители смотрят на действительность.

Екатеринбург нулевых в романе «Завидное чувство Веры Стениной» – это город с признаками «богатой уральской жизни»: салонами красоты, ресторанами, фитнес-залами, элитным жильем, новыми автотрассами и иронично выглядящими на общем фоне растяжками «Приглашаем на работу специалистов, зарплата: юрист – 10 тысяч, бухгалтер – 15 тысяч, слесарь – 50 тысяч» [4].

Топографически город прочерчен предельно четко: прописанными оказались маршруты прогулок, адреса домов, панорамные изображения. Читателю легко представить городские декорации благодаря упоминанию университета с «высокими и толстыми колоннами», «исетской клоаки», гостиницы «Большой Урал», «Россельбана» и так далее. Достаточно часто эпицентром событий становится центральная часть города: рядом с «букинистическим магазином на улице Вайнера» назначаются встречи, в кафе «Лидия» на улице Пушкина ужинают влюбленные, а около Оперного театра разворачиваются самые честные разговоры. В текстах оказались обозначены особые «**смысловые зоны**» – локусы, ставшие важными в историях персонажей:

1) зона отдохновения и творчества: «чудесная улица» Воеводина на Плотинке, где «действительно хотелось размышлять, а не грызть, к примеру, семечки» [3. С. 34]; УрГУ – «строгий и величественный храм науки» [3. С. 317]; Оперный театр, напоминающий «сказочный замок, в котором вполне мог жить какой-нибудь французский граф» [3. С. 243];

2) семейно-домашняя зона: квартира Стениных в переулке Встречном, где «с кухни уютно пахло блинчиками, бормотал телевизор», – дом и очаг для двух семей в трех поколениях; квартира Ады с мамиными «котлетками и баклажанной икрой», «удобной кроватью, подушкой без единого комка и уютным большим одеялом» [3. С. 301];

3) зона с невнятными планировками: «персональный Адкин Бермудский квадрат» в районе Фурманова и Белинского; квартира на Ботанике – неприятный, далекий локус в «неизведанной окраине», где «все было чужим, магазины дорогими, соседи незнакомыми» [4]; странная пятиэтажка на Громова – мистическое место проживания целительницы-экстрасенса; «отдельный город» Уралмаш, где «ничего не понимала, терялась и блуждала» одна из героинь;

4) периферические зоны: вокзал с «запахами сажи, пирожков, чужого страха опоздать» – «самый, наверное, угрюмый из всех вокзалов мира» [3. С. 140]; «родной» аэропорт Кольцово – место легких прощаний и затянувшихся ожиданий.

Любопытно, что при очевидной социальной, возрастной и профессиональной пестроте героев мир текстов Анны Матвеевой оказывается, главным образом, молодежным: это город девушек и юношей, детство которых прошло в Свердловске, а юность – уже в Екатеринбурге. На «детской» карте Свердловска-Екатеринбурга – Дворец спорта, где девочки занимались художественной гимнастикой; Суворовское училище, «укомплектованное наследными принцами из олигархических семейств» [3. С. 68]; музыкальная школа при Доме офицеров, в которой «Ада играла гаммы в подготовительном классе» [3. С. 267].

«Свои детские времена» герои провели либо в бараках (построенных на месте «бывших болот»), либо в элитных «Семерах», либо в типовых хрущевках, но всегда – в советских и позднесоветских дворах. Во дворах, где «двери всегда были открыты», где можно было жевать гудрон, качаться на «березке» и где было «интереснее, чем в самом загадочном сне» [3. С. 23]. При этом главные «вещественные свидетельства детства» [3. С. 34]: «казнь грецких орехов между дверей», раскалывание «молотком абрикосовых косточек», изготовление гирлянд из цветной бумаги, «лето на даче» – в принципе, не нуждаются в топографической определенности.

Выросшие герои Матвеевой загадывают желания под мостом на Восточной, ходят в «скучные гости на Генеральскую», гуляют «по вечернему городу», посещают «бары с горьким пивом» и кафе «Ветерок» на Плотинке, покупают «одинаковые ботинки в коммерческом магазине на Пушкина», а на Центральном рынке – колготки и тушь для ресниц.

Профессии, которые выбирает молодежь, чаще всего оказываются творческими: кто-то «учится в архитектурном, мечтает стать дизайнером», кто-то – в «местном педагогическом», где «в те годы учили» иностранцев; кто-то поступает на только что открывшееся романо-германское отделение в университет, где «конкурс был почти как в Москве» [3. С. 140].

Периодически «фокус» повествования меняется и начинает концентрироваться на внутренних процессах, разворачивающихся в душе главных героев. И город, его атмосфера и ритм прямо или косвенно отражают внутреннюю жизнь персонажей, а **панорамы** оказываются смысловыми остановками, застывшими переживаниями. Так, например, в романе «Завидное чувство Веры Стениной» юная Вера, впервые оставшись у Геры, всматривается в «традиционный юго-западный пейзаж» и пытается получить одобрение у «тонких сосен, многоэтажек и гаражей». Не найдя положительного отклика от «одинаково серых и каких-то безвыходных» строений, героиня теряется в буквальном смысле и «долго петляет между гаражами», наткнувшись на «тупиковые стены» и испытывая на себе «скромный шарм типовой архитектуры» [4].

Прогулки по городу также оказываются особыми жизненными ситуациями-состояниями. В медитативных беседах, оживленных спорах, легком флирте, которыми сопровождаются путешествия по Екатеринбургу, раскрываются ключевые моменты личной истории Веры. Она помнит «заснятые в деталях и мелочах» счастливые прогулки с Герой: как «летом тысяча девятьсот девяностого уральского года» они прогуливались по «черной, ночной, прохладной» улице Пушкина, как, не поймав машину на углу Ленина и Бажова, дошли пешком до площади Коммунаров, минуя Оперный театр и аллеи, где «на скамейках сидел весь город». Шагая «рядом с Герой нога в ногу», Вера чувствовала себя услышанной, нужной и идеально вписанной в город [4].

В автомобильных путешествиях с доктором Сережей (по странному маршруту «Тверитина – переулоч Встречный – аэропорт Кольцово») участвовала уже другая Вера – осторожная, умудренная опытом и вооруженная ироническим мировидением, помогающим выдерживать безопасную дистанцию.

В формате прогулки-побега состоялось знакомство Веры с таинственным Сарматовым. Вдыхая «ледяной воздух Плотинки», Вера с

незнакомцем бежала «по Воеводина, вверх по лестнице к Водонапорной башне, и – направо, по Пушкина, к Малышева», а затем догоняла троллейбус, «мчавшийся через весь город» на Белореченскую [4]. Бессловесный диалог с мужчиной-«невидимкой» казался интригующим и заряженным городской романтикой, необходимой для опустошенной и обиженной на жизненные обстоятельства Вере.

При очевидной «вписанности» в городскую жизнь героини романа «Завидное чувство Веры Стениной» без особой увлеченности рассуждают о пространственно-временных координатах: они могут даже занимать конфронтационную позицию и находить поводы для отрицания своей причастности к городу.

Так, Вера осознает, что просто по стечению обстоятельств оказалась «в Екатеринбурге, училась на искусствоведа и дружила с бывшей одноклассницей» и, «если бы ее спросили, выбрала бы другое время – да и место тоже» [4]. Она прекрасно понимает, что живет в средне-статистическом городе, в котором «не может произойти ничего особо интересного» и только «недавно появились рестораны и магазины»; оценивает музей, в котором работает, как «заштатное собрание третьесортных картин второстепенных художников»; и неприязненно относится к кварталу на Вайнера за его «купеческий, въевшийся глубоко в кирпичи запах денег» [4]. Но при определенной доле равнодушия и негативизма Вера все же не без гордости называет Екатеринбург «миллионным городом», выделяет «адрес мечты» («самый красивый дом на Плотинке») и чувствует себя здесь более комфортно, нежели в Санкт-Петербурге. «Екатеринбургскость» Веры улавливает точный на формулировки Сарматов и в прощальном письме замечает, что «не может представить себе Веру где-то, кроме Екатеринбурга» [4].

Валечка воспринимает столицу Урала исторически: для него Екатеринбург – это город с «черным прошлым», омраченным расстрелом царской семьи. Раскопки в Поросенковом логу, «след от сабли японского самурая, феномен Анастасии и оторванный палец Александры Феодоровны» – части головоломки, которую с самоотдачей пытается собрать героиня [4]. По-другому тему Романовых воспринимает Юлия: для журналистки поиск останков – это «захватывающая история», а приезд наследников – катание по городу «двух крупных, величественных женщин и мальчика в костюмчике» на черных «мерсах», «подогнанных

криминальными авторитетами». Проживая свою жизнь в стремительном темпе, Юлия не успевает вникнуть и в свои взаимоотношения с городом. Хотя у близкой подруги Веры был свой «адрес мечты» (квартиры на Московской горке), ряд заметок о родном городе и смелое предположение о том, что «историю будут писать здесь», рефлексия о месте проживания ее не увлекает.

У зрелых женщин Свердловск-Екатеринбург вызывает диаметрально противоположные ощущения: мама Веры гордится «уральским малахитом», называет место проживания «родным» и нередко вспоминает про свою «свердловскую жизнь» в деталях. Лидия Робертовна, напротив, уезжает в Петербург с легкой душой: увозя «обожаемое фортепиано и старинное зеркало», забирает с собой свою часть Свердловска и, таким образом, не чувствует утраты.

Среднестатистический екатеринбуржец воспринимает город, скорее, метеорологически: радуется «двум (или полутора – как положат) обманчивого» лета, загорая около «местного болотца» и нередко наблюдая «город в дымке – как будто ему отключают небесное тепло» [3. С. 237]. В остальное время «жалуется на скудость» уральского тепла и ворчит на «холод и грязь». Но существует и другая, более загадочная связь с местом, заставляющая жителей с нежностью относиться к «каслинским шедеврам» и уральским самоцветам, по-особенному шутить (лавируя между сарказмом и иронией) и гордиться непростым характером, «выращенным в суровых условиях долгой уральской зимы» [4].

Герои сборника «Девять девяностых» также по-разному обозначают свое отношение к городу: «новоиспеченные» свердловчане, как петербурженка Лина, привязываются к городу, осознавая его местом перемен и встреч – локусом «самого счастливого времени» [3. С. 138]. Мама Лины, напротив, считает Свердловск «ужасным» городом, где «грязно, холодно» да «еще и царя убили» [3. С. 140]. Поддерживают стереотипные взгляды на город представительницы уральской глубинки, ассоциирующие Екатеринбург с поездкой на бесплатном автобусе в «Икею», экскурсией в большой магазин ткани, дегустацией гамбургеров в «Макдоналдсе» и покупкой «домой торта, внукам» [3. С. 104]. Открыто не заявленный в качестве столичного города Екатеринбург все же выступает таковым на фоне других уральских городов – маленьких,

«спившихся до самого фундамента», «никому не интересных» – городов, о которых «в столицах стараются не думать» [3. С. 104].

Для местных жителей, нейтрально относящихся к истории и архитектуре города, Свердловск является городом незаметным – неким фоном, на котором проходит жизнь. Один из равнодушных старожилов именуется город «Свердловском», тем самым «получая город зубных техников или фрезеровщиков» и безразлично объясняя внутреннюю форму следующим образом: «Потому что у нас царя свергли» [3. С. 164]. Екатеринбург нулевых, где «все меняется по секундам», обращает на себя больше внимания и видится «городом-героем», который «похорошел», став «всерьез похожим на Гонконг», и даже претендует на статус «столицы России» [3. С. 336].

Для персонажей, привязанных к старому городу и считающих его своеобразием, нулевые, напротив, оказываются синонимом отчуждения и утраты чего-то важного, настоящего. Для них важно хранить где-то на периферии памяти сведения об «агафуровских дачах», где «в гамаке между сосен» «позировала фотографу красивая купчиха Агафурова» [3. С. 165], о Малахове – «знаменитом уральском архитекторе», который «построил себе дом на краю города» [3. С. 37], о монастыре «рядом с екатеринбургским зоопарком, где во время войны жил слон, эвакуированный из Москвы» [3. С. 281].

Некоторые равнодушные к Екатеринбургскому персонажи даже предлагают свою «городскую философию»: Татьяна, например, любив «желтые окна свердловских домов», пытается «слышать, понимать, разбирать истории» каждой свердловской квартиры, с которой ее сводят жизненные обстоятельства. Она хорошо чувствует, что есть «печальные», «мстительные, как гарпии», «злые, разобиженные, несчастные» квартиры и, напротив, «счастливые», «чистенькие, добрые, свежие», в которых «свет, даже если окна выходят на север» [3. С. 33, 41, 42]. Нелюбимыми остаются безликие общежития, а дорогим сердцу оказывается «дом на улице Воеводина»: «Ах, Воеводин! Мастер по ремонту локомотивов и вагонов, а также, само собой, революционер и герой, могли он знать, что в честь него назовут эту чудесную улицу?» [3. С. 34].

Самая сложная схема отношений со Свердловском-Екатеринбургом выстраивается у местной молодежи: девушки и юноши, мечтающие «обо всем мире на блюде с голубой кай-

мой» [3. С. 224], проходят трудный путь к принятию родного города. В детстве они развлекаются этимологией, предполагая, что Площадь 1905 года названа так в честь детей, которым шел пятый год, улица Селькоровская – «в честь коровы». В юности уже уверенно участвуют в городской коммуникации, «упрощая и огрубляя даже самые ласковые и красивые названия»: Посадский район именуют «Посадом», кинотеатр «Буревестник» – «Буреломом», Дворец молодежи – «Молодежкой», жительницу Эльмаша – Эль-Машей.

Сочиняя эссе на тему «За что я люблю свой город», девушки признаются, что город «ненавидят», «не любят», надеются, что «они здесь ненадолго» и совсем не понимают, «чем восхищаться в Екатеринбурге, за что его любить» [3. С. 224]: «Что может быть скучнее, чем родиться и умереть в одном городе? Если так, всю жизнь будешь ходить мимо своей будущей могилы» [3. С. 251]. Полюбить города-идеалы оказывается проще: Адель «влюбляется в Нью-Йорк, когда ему не исполнилось и пяти лет» [3. С. 332], Нина – в Киев, а точнее – в «видовые открытки» с ним, а Ада видит идеальным местом проживания Париж.

Не чувствуя своей причастности к Свердловску-Екатеринбургу и полагая, что «здесь будет происходить только плохое», многие из героев «твердо решают уехать». Сюжетно поддерживая это намерение эпизодами переезда из города, автор моделирует для героев «ситуацию дистанционности», позволяющую посмотреть на Екатеринбург со стороны. Одни уезжают с легкой душой, другие – убеждая себя, что не будут грустить «по серому небу, серым домам, серым людям» и холодной зиме с «сугробами ростом с человека», когда «детей кутают в шарфы до самых глаз» [3. С. 254, 289]. Но каким бы долгим ни было расставание, город упрямо напоминает о себе, приходя в воспоминаниях или снах, где ходит «поздний троллейбус, с Химмаша», где «строительные заборы с отодранными досками», «рыбаки на льду городского пруда» и где зимним днем «идешь в ЦГ – Центральный Гастроном – захлеб обсуждая какие-то пластинки» [3. С. 325, 332, 186].

Но столь желанная когда-то «ситуация дистанционности» от родного города оборачивается кризисом привычной повседневности, и все сильнее захватывающая ностальгия постепенно замещает прежние рациональные мысли о переезде идеализированными воспоминаниями.

Чтобы вернуть ход привычной повседневной жизни, «бывшие» екатеринбуржцы «в память о прошлом читают старые российские газеты», «зачем-то проверяют прогноз погоды в Екатеринбурге» и не слишком доверяют новостям, интернету и чужим рассказам, в которых «Екатеринбург выглядел жалким и убогим» [3. С. 347, 332]. Им страшно возвращаться в уже не знакомый город, который «при встрече не сможешь узнать» и который, скорее всего, превратился в некий среднестатистический мегаполис, где «смотреть нечего» [3. С. 341]: где легендарный дом Семёра стал «облезлым и маленьким», а любимые качели «Березка» заменили актуальным по тем временам «пивным столом». Память ставит невыполнимую задачу: все «оставить таким, каким было в девяностых», таким, каким было в городе детства и юности.

Через восприятие-отношение героев сложились и **образы других городов**, расширивших топографию текстов. Способом введения «эпизодических» локусов чаще оказываются клише: Волгоград идентифицируется с «памятником Родина-Мать, увиденным в слайдовой презентации на уроке истории»; Оренбург – со «степями, арбузами» и «оренбургскими полushалками», Нью-Йорк – с «огнями и небоскребами». Более развернуто, но не менее стереотипизированно воспринимается Москва – «самый денежный город нашей страны», в котором районы настолько отдалены от центра, что «местные жители годами не могут вспомнить, что живут в столице» [3. С. 126, 127]. В Москву обычно «срываются» «к родственникам», чтобы стоять целыми днями в пробках, смотреть на «на мумию в Мавзолее» и просто «бродить по улицам, уставать, маяться» [3. С. 138, 162, 139].

С другой стороны, эпизодические города могут быть вписаны в личные истории, обретая любопытные черты и даже персонифицируясь: Вена кажется «теплой и круглой, доброй бабушкой» или «дамочкой с характером»; Варшава, где так «серо и грустно», напоминает «вдову»; Киев видится городом-мужчиной, умеющим «останавливать время» [3. С. 256, 221].

Для Веры, Лары и Лидии Робертовны из романа «Завидное чувство Веры Стениной» смысловым городом оказался Санкт-Петербург. Первой связью с «культурной столицей России» начала устанавливать «как-бы-свекровь», уехавшая туда после смерти сына.

Пытаясь найти в Петербурге приют и укрытие от боли утраты, Лидия Робертовна уезжает «бодро» и легко. Позже – благодаря фотографиям и письмам от «снохи» Веры – выстраивает пунктирную связь между Екатеринбургом и Петербургом.

Но в итоге Санкт-Петербург не становится скрепляющим элементом в семейной истории. Лара, «приревновавшая Питер к маме», невзлюбила вторую столицу за «слишком уж много обязательной для усвоения красоты»: «все эти дворцы, фонтаны, мосты и памятники» воспринимались девочкой как «полоса культурных препятствий», которую хотелось бы скорее преодолеть [4]. Верин интерес к городу оказался сформулирован через стандартные схемы: она ценила места, в которых «нужно побывать каждому» и настойчиво переводила Лару от одного дворца к другому; стояла в очереди в Эрмитаж и наслаждалась его красотой, хотя «уставала от скачек по золоченым люстрам, расписным потолкам, резным дверям и мозаичным полам» [4]. Вера даже улавливала несовершенство культурной столицы («утомительный быт», среднестатистические спальные районы, которые «не могли предложить ничего особо выдающегося»), но нуждалась в локусе как в месте отдохновения: «Петербург шел ей на пользу», и героиня чувствовала себя «спрятанной от мыслей, которые дожимали ее в Екатеринбурге» [4].

Другим опорным городом, вошедшим в жизнь героев и нагруженным, помимо шаблонных, «личными» смыслами, стал Париж. Заданный не через набор застывших коннотаций, но через отношения-впечатления героев, образ Парижа органично вписался в роман «Завидное чувство Веры Стениной» и стал ключевым в рассказе «Екатеринбург».

У зрелых дам из «Завидного чувства Веры Стениной» Париж вызывал либо спокойный профессиональный интерес (как у Веры, которая по-искусствоведчески наслаждалась культурным наследием города), либо – весь спектр эмоций (как у Юли, чувствовавшей повсюду «запах любви и круассанов», слышавшей ритмы «Марсельезы» в грохоте мусорных баков и рыдавшей в Лувре).

Представительница молодого поколения, Евгения, прожившая во французской столице не один год, смотрела на город более вдумчиво и улавливала его амбивалентность: с одной стороны, признавала Париж «прекрасным, поистине восхитительным городом» и наслажда-

лась каждым парижским днем – «пусть и серым, февральским, с мельчайшим манным снегом» [4]. С другой стороны, девушка, надолго погруженная в городскую повседневность, всегда помнила, что «Париж – город дорогой», где «все первым делом учатся считать и выгадывать»; а французы – люди, строго соблюдающие личные границы и «вымеряющие до сантиметра» психологическую дистанцию [4].

Столица Франции в воображении девушки-филолога Ады (главной героини рассказа «Екатеринбург») – это собирательный образ с «Башней, кладбищами, утонченными и уточненными парижанками, бульварами, мостами и статуями» [3. С. 228]. Выросший «из груды книг», где «вместо домов – тома Дюма, Гюго, Флобер», Париж Ады – некий «хендмейд», ее личное творение «ручной сборки», «выщарапанное отовсюду», «по капельке собранное – даже из журнала “Крокодил”» [3. С. 229, 231, 231].

На первой стадии адаптации в городе Париж, действительно, «открывался Аде – как будто она перелистывала большую книгу с картинками»: героиня слышала в «именах улиц» «прекрасную музыку», нежно гладила стены соборов, видела в Эйфелевой башне «красавицу с ног до головы в кружевах» [3. С. 262, 263]. Но эйфория постепенно выветривалась бытовыми трудностями, из-за которых в городе «любоваться становилось некогда и нечем»: Париж превращался в «невидимый» город, «чувства переставали работать», появлялись «нелюбимые улицы и даже целые районы», а парижане казались «расчетливыми и прагматичными» «ксенофобами и мрачными пессимистами» [3. С. 283, 284, 287, 288].

Так, «резкая смена привычного пространства и времени, на смену которой приходит другая повседневность» [2. С. 23], в итоге оказывается кризисным этапом во взаимоотношениях героини с чужим городом. В момент разрушения образа мечты подсознание Ады ищет очередной идеал-ориентир и возвращает ее к родному Свердловску-Екатеринбургу с «недорытым метро, ажурным белым куполом цирка, похожим на модную шапку размера сто тысяч XXL», «Горным институтом» и «здоровенной каменной» – «жеодой бурого железняка», куда маленькая Ада забиралась всякий раз, когда папа брал ее с собой в институт».

Успев «подумать хорошо» и «увидев Париж изнутри», героиня делает важное откры-

тие: «Париж из юной мечты в точности похож на потерянный Екатеринбург из прошлого. В реальности не существует ни того, ни другого» [3. С. 289, 342]. В реальности существует только Ада, ее характер и самоощущение в пространстве.

Как только Ада начинает понимать, что счастье может сложиться и в Париже, где она «лишь раз видела тоненькую, как на крембрюле, корочку на водоеме в Тюильри», и в Екатеринбурге, где «Исеть покрывалась ледяной коркой такой толщины, что Ада и Олень запросто ходили по ней с одного берега на другой» [3. С. 292], авторская концепция обретает свою законченность.

Таким образом, оппозиция уральского и европейского городов оказывается снятой. Тексты Матвеевой наводят на мысль, что нет плохих или хороших, скучных или интересных городов: в действительности, все точки на карте мира примерно равны, и никакой город не обязан добиваться признания и одобрения. Всем сомневающимся героям автор предлагает прийти к этой примиряющей мысли и принять, не сравнивая и не отвергая, то место (читай – ту жизнь), куда их определила судьба.

И вполне логично, что скрупулезно собранный образ города (с простраиванием маршрутов и панорам, зонированием пространства, введением образов местных жителей, сравнением с другими городами) не может быть смысловозначительным компонентом рассмотренных текстов. Открыто опираясь на такие авто- и гетеростереотипы о городе, как «советский Свердловск», «место расстрела царской семьи», «криминальный город 90-хх», «мегаполис», Матвеева сознательно запускает автоматическое, то есть ожидаемое и не затрудненное принципиально новой авторской концепцией восприятие Свердловска-Екатеринбурга.

Но при этом анализ, основанный на монтаже звучащих в текстах «городских голосов», подсказывает, что образ Свердловска-Екатеринбурга в романе «Завидное чувство Веры Стениной» и сборнике «Девять девяностых» играет важную роль и в развитии проблематики, и в структуре повествования с усложненной субъектно-объектной организацией. Выполняя, прежде всего, «атмосферную» функцию, «расфокусированный» Свердловск-Екатеринбург Анны Матвеевой оказывается значимым и незаметным одновременно.

Список литературы

1. Евлампиев, И. И. На грани вечности. Метафические основания культуры и ее судьба / И. И. Евлампиев // *Метафизика Петербурга: петербургские чтения по теории, истории и философии культуры*. – СПб., 1993. – Вып. 1. – С. 7–25.
2. Манкевич, И. А. Поэтика обыкновенного: опыт культурологической интерпретации : монография / И. А. Манкевич. – СПб., 2011. – 712 с.
3. Матвеева, А. А. Девять девяностых / А. А. Матвеева. – М., 2015. – 346 с.
4. Матвеева, А. А. Завидное чувство Веры Стениной. – URL: <http://e-libra.ru/read/365822-zavidnoe-chuvstvo-very-steninoi.html>. – Дата обращения: 06.10.16.
5. Харитоновна, Е. В. Образ Екатеринбурга в прозе С. Петрова / Е. В. Харитоновна // *Литература Урала: история и современность*. – Екатеринбург, 2006. – Вып. 2. – С. 88–95.

Сведения об авторе

Коваленко Лидия Анатольевна – аспирант кафедры русской литературы XX–XXI веков, Уральский федеральный университет. Екатеринбург, Россия.

lidia_kovalenko@inbox.ru

Bulletin of Chelyabinsk State University. 2016. No. 13 (395).

Philology Sciences. Issue 104. Pp. 85–93.

IMAGE OF SVERDLOVSK-YEKATERINBURG IN THE WORKS OF ANNA MATVEEVA

L. A. Kovalenko

Ural Federal University, Ekaterinburg, Russia. lidia_kovalenko@inbox.ru

The article is dedicated to the study of Sverdlovsk-Ekaterinburg image in the novel “Vera Stenina’s Envious Sentiment” and a collection of short stories “Nine Nineties” by Anna Matveeva. On the basis of the texts belonging to different genres and unified by a complicated subject-object narration, a general model of the city image as an important plot-style component is presented. Such definable elements as panoramic images, route tracing, space zoning, introduction of local residents’ images and comparison with other cities are used as the main ways for description of the city image. The author’s main conclusions are as follows:

- Anna Matveeva’s “literary map” often includes the “background” urban loci, while the officially recognized sights rarely become semantic points of the narration;
- The image of the city is based on carefully selected details from everyday life of Sverdlovsk-Ekaterinburg in different years;
- “A distancing situation”, which is solved in favor of the city often becomes a distinctive plot device of any urban story;
- The image of Ekaterinburg in Anna Matveeva’s prose, though in many respects based on auto- and heterostereotypes, is still unique and devoid of automatic perception.

Keywords: *Anna Matveeva’s creative work, the novel “Vera Stenina’s Envious Sentiment”, the collection of short stories “Nine Nineties”, the image of Sverdlovsk-Ekaterinburg, the narrative structure “mosaic”, the “unfocused” image of the city.*

References

1. Evlampiev I.I. Na grani vechnosti. Metaficheskie osnovaniya kulturni i ee sudba [On the Brink of Eternity. Metaphysic basis of culture and its destiny]. *Metafisika Peterburga: peterburgskie chteniya po teorii, istorii i filosofii kulturni* [Metaphysics of St. Petersburg: St. Petersburg Readings on Theory, History and Philosophy of Culture], vol. 1. Saint Petersburg, 1993. Pp. 7–25. (In Russ.).

2. Mankevich I.A. *Poetika obyknovennogo: opyt kulturologicheskoi interpretatsii* [Poetics of the Ordinary: Experience of Culturological Interpretation]. Saint Petersburg, 2011. 712 p. (In Russ.).
3. Matveeva A.A. *Deviat devianostykh* [Nine Nineties]. Moscow, 2015. 346 p. (In Russ.).
4. Matveeva A.A. *Zavidnoe chuvstvo Very Steninoi* [Vera Stenina's Envious Sentiment]. Available at <http://e-libra.ru/read/365822-zavidnoe-chuvstvo-very-steninoi.html>, accessed 07.10.16. (In Russ.).
5. Kharitonova E.V. *Obraz Ekaterinburga v proze S. Petrova* [Ekaterinburg image in the prose of S. Petrov]. *Literatura Urala: Istorია i sovremennost: sbornik statei* [Ural Literature: History and Modernity: a collection of articles], vol. 2. Ekaterinburg, 2006. Pp. 88–95. (In Russ.).

УДК 81'37; 81'42
ББК 81

КОНТЕКСТУАЛЬНЫЕ СИНОНИМЫ КАК СРЕДСТВА ЛЕКСИКО-ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКОГО УРОВНЯ ВЕРБАЛИЗАЦИИ КОНЦЕПТА «СКУКА» (на материале произведений и писем А. П. Чехова)

Г. Е. Маханова

Брянский государственный университет им. акад. И. Г. Петровского, Брянск, Россия

Выявленные языковые единицы (контекстуальные синонимы), репрезентирующие концепт и его признаки в текстах писателя, служат материалом для построения полевой модели концепта «Скука», имеющей ядерно-периферийную структуру. Данные лексические экспликанты занимают нишу на ближней периферии и дают возможность говорить об особенностях языкового сознания, выступающего частью общего, когнитивного.

Ключевые слова: *концепт «Скука», средства репрезентации, контекстуальные синонимы, когнитивные признаки.*

Исходя из того, что «концепт рассеян в языковых знаках, его объективирующих» [19. С. 9], являющихся также средством его сообщения [20], реконструировать концепт представляется возможным в два этапа: через описание семантики выявленных различных средств его репрезентации в системе языка и моделирование содержания концепта.

Опыт исследований когнитологов показывает, что содержание концепта имеет внутреннюю упорядоченность и может быть описано по полевому принципу с вычленением ядра (центра) и периферии, подразделяющейся на ближнюю, дальнюю и крайнюю [4; 7; 11; 13; 15; 25; 26].

Концепт «скука» отмечен наличием значительного количества всех системно-языковых средств репрезентации, совокупность которых составляет номинативное поле концепта. Центром поля выступает ключевое слово-репрезентант концепта – обобщенная по своей семантике субстантивная лексема «скука». Ядерную зону также образуют однокоренные лексемы в прямой номинации (*скучный, скучать, скучно*), которые в своих производных значениях составляют околядерное окружение. Ближнюю периферию формируют лексико-фразеологические средства, дальнюю – морфолого-синтаксические.

В рамках данной статьи рассмотрим часть лексической группы из арсенала средств объективации ближней периферии номинативного поля концепта – контекстуальные синонимы.

Учитывая, что «синонимы способны дать тонкую категоризацию понятий о предметах и явлениях» [3. С. 113], и преследуя цель выявить специфику концептуализации явления «скуки» в концептосфере Чехова, важно установить круг функционально-речевых синонимов.

«Поверхностная» «скука», свойственная в повседневной жизни каждому человеку, вступает во взаимодействие с другими эмоциями. В психическом комплексе «скуки» оказываются задействованы такие фундаментальные эмоции, которые довольно сложно объяснить и плохо контролируемы. Эта особенность психической сферы личности на рассматриваемом парадигматическом уровне проявляется в сближении слов по значению при определенных условиях. В строгом лингвистическом понимании эти слова близкими не являются, и их употребление не закреплено в общенародном языке. Ситуативная, авторская синонимизация лексем в пределах одного контекста становится яркой иллюстрацией возможной интеракции *скука-раздражение, скука-отвращение, скука-страх, скука-зависть*. Семантика этих контекстуальных синонимов вскрывает новые смысловые стороны в структуре изучаемого концепта, поэтому они представлены как отдельные смысловые признаки.

Неудовлетворенность, ставшая причиной «скуки», экстерииоризуется в раздражении, направленном как внутрь (по отношению к самому себе), так и вовне (к другим людям). Человек как бы негодуует, сердится на себя или

других, на причину возникновения внутреннего дискомфорта. Это может быть от ощущения несвободы, скованности рамками условностей от следования всевозможным предписаниям и правилам: *«Прежде я любил обед или был к нему равнодушен, теперь же он не возбуждает во мне ничего, кроме скуки и раздражения»* (Скучная история).

Раздражение это как реакция на все, что ограничивает свободу, препятствует осуществлению желания, достижению цели, получению эмоциональной гармонии. Компонент *раздражение* («чувство острого недовольства, досады, злости») содержится в семантике таких чувств, как:

«гнев» («крайнее раздражение или недовольство»): *«К тому же, ведь он первый страдает от своих недостатков, как больной от своих ран. Вместо того, чтобы от скуки и по какому-то недоразумению искать друг в друге вырождения, вымирания, наследственности и прочего, что мало понятно, не лучше ли им спуститься пониже и направить ненависть и гнев туда, где стоном гудят целые улицы от грубого невежества, алчности, попреков, нечистоты, ругани, женского визга...»* (Дуэль); *«Выражение утомления и скуки уступило свое место сильному гневу...»* (Драма на охоте);

«злость» («чувство гневного раздражения»): *«Я привык к Вам и теперь скучаю и никак не могу помириться с мыслью, что не увижу Вас до весны; я злюсь – одним словом...»* (Письмо О. Л. Книппер, 3 сентября 1899 г., Ялта); *«Увидимся ли? Да, увидимся. Когда? В первых числах сентября, по всей вероятности. Я скучаю и злюсь»* (Письмо О. Л. Книппер, 18 августа 1900 г., Ялта);

«досада» («раздражение, неудовольствие, огорчение»): *«Не спит только молодая жена провизора Черномордика, содержателя б-ской аптеки. Она ложилась уже три раза, но сон упрямо не идет к ней – и неизвестно отчего. Сидит она у открытого окна, в одной сорочке, и смотрит на улицу. Ей душно, скучно, досадно... так досадно, что даже плакать хочется, а отчего – опять-таки неизвестно»* (Аптекарьша); *«Вчера вечером скучно было... взяло зло, что некуда мне ехать, ну с досады и прицепилась к его Катеньке»* (Ниночка).

Наши наблюдения показывают, что скука может проявляться в комбинации с *отвращением* к кому-либо и также сопровождаться появлением раздражения («досада») по отношению к этому субъекту. Так действует защит-

ный механизм отстранения, заставляющий человека избегать контакта с тем, что ему неприятно. Образующая триада негативных эмоций способствует появлению враждебных чувств и повышает вероятность агрессивного поведения в виде перебранок и ссор: *«Он отстранил ее руками и отошел, и ей показалось, что лицо его выражало отвращение и досаду. В это время баба осторожно несла ему в обеих руках тарелку со щами, и Ольга Ивановна видела, как она обмочила во щам свои большие пальцы. И грязная баба с перетянутым животом, и щипы, которые стал жадно есть Рябовский, и изба, и вся эта жизнь, которую вначале она так любила за простоту и художественный беспорядок, показались ей теперь ужасными. Она вдруг почувствовала себя оскорбленной и сказала холодно: «Нам нужно расстаться на некоторое время, а то от скуки мы можем серьезно поссориться. Мне это надоело»* (Попрыгунья); *«Потому, что я не умею держать себя здесь. К тому же мне скучно и противно»* («о чувстве отвращения, испытываемом кем-л.» [14. Т. 3. С. 533]).

Позволяет увидеть существование возможной связи между *скукой*, *раздражением* и *страхом* высказывание известного специалиста-психолога Э. Шострома, полагающего, что эмоция негодования блокированная, лживая и «сдавленно выражает страх» [9. С. 165]. Это позволяет нам установить существование возможной связи между *скукой*, *раздражением* и *страхом*: *«Нет, сударь мой, это у Вас не паралич, а скука, жупел»* (жупел – «нечто, внушающее страх» [14. Т. 1. С. 489]) (А. С. Суворину, 30 августа 1891 г., Богимово).

В мире человеческих переживаний «страх» – одно из самых распространенных явлений. «Страх» проникает в различные сферы жизнедеятельности человека, имеет множество оттенков и сочетаний с другими эмоциями. Между «скукой» и «страхом» может образоваться связь в различных ситуациях. Подавленное состояние духа в условиях материального недостатка становится почвой, на которой рождается «страх» от неопределенности и чувства неуверенности в завтрашнем дне. Поэтому для языкового сознания русского народа в целом и Чехова в частности становится актуальной семантическая интеракция *скуки* и *страха*, связанного явно или косвенно с *семами* «неизвестность» и «безденежье»: *«Ко всему этому прибавьте голодуху, пыль в носу, слипающиеся от бессонницы глаза, вечный страх, что*

у повозки (она у меня собственная) сломается что-нибудь, и скуку...» (Н. А. Лейкину, 5 июня 1890 г., Иркутск); «Уезжая, я оставил дома унылую скуку и страх» (А. Н. Плещееву, 3 августа 1889 г., Ялта); «Сначала я хандрил, ибо скучал и страшился безденежного будущего, но ныне чувствую себя положительно и с характером» (Чеховым, 13 марта 1887 г., Петербург); «Сейчас я сижу в скучнейшем номере и собираюсь переписывать начисто конченный рассказ. **Скучаю. Скука** усугубляется сознанием **безденежья и неизвестности**» (Ф. О. Шехтелю, 11 или 12 марта 1887 г., Петербург); «В последнее время мое здоровье сильно пошатнулось. Прибавьте к этому **скуку, постоянное безденежье... отсутствие людей и общих интересов... Положение хуже губернаторского**» (Дуэль); «Я здоров, а коли здоров, то, значит, и жив; одна у меня только болезнь секретная, которая мучит меня, как зубная боль, – это **безденежье**. Давно уж я не получал писем из Москвы ни от родителей, ни от тебя. А скука смертельная!» (М. М. Чехову, 4 ноября 1877 г., Таганрог).

Характерно и то, что русский философ Н. А. Бердяев также объединяет оба явления, обосновывая их связь: «Страх и скука направлены не на высший, а на низший мир» [6. С. 346].

Нередко переживание «скуки» сопровождается враждебным, неприязненным чувством по отношению к успехам, популярности, моральному превосходству или преимущественному положению другого лица – «завистью» [21. С. 94]. По словам Артура Шопенгауэра, «зависть показывает, насколько люди чувствуют себя несчастными, а их внимание к чужому поведению и положению – как сильно они скучают» [29. С. 571–572]: «Ну-с, она приказала повторить. Я повторил. Она спросила, что такое горизонт. Я ответил. А на дворе в это время, пока мы жевали горизонт да пещеру, мой отец собирался на охоту... Возле тарантаса стояла линейка, в которую садились мать и сестры, чтобы ехать к Иваницким на именины. Дома оставались только я, Зиночка да мой старший брат – студент, у которого болели зубы. Можете представить мою **зависть и скуку!**» (Зиночка); «Третья причина **скуки** – это моя неистовая, чрезмерная **зависть**. Когда мне говорят, что такой-то написал очень интересную статью, что пьеса такого-то имела успех, что Х выиграл 200 тысяч и что речь N произвела сильное впечатление, то глаза мои начинают коситься, я

становлюсь совершенно косым и говорю: – Я очень рад за него, но, знаете, ведь он в 74 году судился за кражу!» (В Москве).

Помимо рассмотренных связей *скука* имеет и другого рода контекстуально-семантическое сопряжение, обусловленное граничащими с ней состояниями «меланхолии», «лени» и «апатии». Скрепляющими компонентами тематического ряда выступают семы «нежелание что-либо делать», «отсутствие заинтересованности», «безразличие и равнодушие», соответствующие когнитивным признакам («дело», «интерес», «безразличие/равнодушие»). На последний семантический компонент обратим более пристальное внимание.

«Скука» и «меланхолия» – родственные состояния в обиходном понимании, характеризующие подавленностью и угнетением, тоскливым и унылым настроением. Но в психоанализе «меланхолия» – устаревшее название, сейчас предпочитают обозначать это состояние понятием депрессии, депрессивным заболеванием. Чеховская «меланхолия» представлена двояко: как довольно продолжительное болезненное душевное и физическое мучение, связываемое с объективными причинами, и как общее, непродолжительное и легко устранимое психическое самочувствие, лишенное налета патологии. В одном и в другом случае *меланхолия* шире, чем *скука*, и «поглощает» ее: «**Неурядица и безденежье сковали меня. Погода скверная, снегу нет, всюду **скучно**; пить и есть не хочется – одним словом, **форменная меланхолия****» (Н. А. Лейкину, 5 ноября 1888 г., Москва); «**Художник Егор Саввич, живущий на даче у обер-офицерской вдовы, сидит у себя на кровати и предаётся утренняя **меланхолии****. На дворе скоро осень. Тяжелые, неуклюжие облака пластами облекли небо; дует холодный, пронзительный ветер, и деревья с жалобным плачем гнутся все в одну сторону. Видно, как кружатся в воздухе и по земле желтые листья. Прощай, лето! Эта тоска природы, если взглянуть на нее оком художника, в своем роде прекрасна и поэтична, но Егору Саввичу не до красот. **Его съедает скука...**» (Талант).

В «скуке» утрата интереса к окружающему может приводить к апатичному состоянию – полному безразличию и безучастию в жизни. Сочетание отрицательных ощущений с отрешенностью ученые окрестили «апатической скукой». По данным СМИ, к такому выводу привели последние исследования специалистов из Германии и Швейцарии, позволившие

им заявить о новом типе «скуки», ранее не известном психологам. Апатическая «скука» сопровождается беспокойством и вызывает раздражительность, может перейти в тяжелую депрессию, привести к утрате мотивации. Ее предполагается занести в анналы как наиболее опасную для здоровья человека форму психического расстройства [10; 16].

Причиной чеховской *скуки-апатии* становится будничность существования, стирающая что-либо прекрасное и возвышенное. Семантической структурой других контекстуальных синонимов *скучное-непоэтичное* поясняется пара рассматриваемых: «*А ничего нет **скучное** и **непоэтичнее**, так сказать, как прозаическая борьба за существование, отнимающая радость жизни и вгоняющая в **апатию***» (А. С. Суворину, 11 июля 1894 г., Мелихово).

В следующих примерах в *скуке-апатии* эксплицитно высвечивается сема «равнодушие», а во втором контексте переносное значение лексемы *бесцветный* как бы синтезирует семы этого многогранного состояния и служит его образной иллюстрацией: «*<...> Егорушка уж не плакал, а **равнодушно** глядел по сторонам. Зной и степная **скука** утомили его*» (Степь); «*Она захандрила. Ничего не замечая, не обращая ни на что внимания, ни к чему не прислушиваясь, затаила она **скучную, бесцветную жизнь**, на которую так способны наши девы, старые и молодые... Она не замечала женихов, которых у нее было много, родных, знакомых. На плохие обстоятельства глядела она **равнодушно, с апатией***» (Цветы запоздалые).

Сема «равнодушие», не выявляемая через словарную семантему лексемы *лень* (*лень* – «отсутствие желания действовать, трудиться, склонность к безделью» [18. С. 323]), становится очевидной текстуально: «*Управляющий Кузьма Федоров, высокий пожилой мужик в рубахе навыпуск и в сапогах гармоникой, ходит около дач и показывает их дачникам-нанимателям. На лице его написаны тупая **лень** и **равнодушие**: будут ли наниматели или нет, для него решительно **все равно***» (Кулачье гнездо). И хотя в следующем контексте первостепенное значение в лексеме *лень* приобретают семы «физическая расслабленность», «истома», «нежелание активности», сема «равнодушие», но

уже имплицитно, на глубинном уровне сливается с семантикой *скуки*: «*От возбуждения и задора осталась в ней одна только страшная слабость с **ленью** и **скукой***» (Несчастье).

Как можно судить по приводимому материалу, на фоне контекстуальных синонимов *скука, меланхолия, апатия, лень* одним из значимых признаков концепта становится «безразличие/равнодушие». Объединенные данным признаком состояния могут выступать недифференцированно, при этом сохраняя связь со *скукой*. Ср.: «*Но вот мало-помалу наступило **безразличное настроение**, в какое впадают преступники после сурового приговора, он думал уже о том, что, слава Богу, теперь все уже прошло, и нет этой ужасной неизвестности, уже не нужно по целым дням ожидать, томиться, думать все об одном; теперь все ясно; нужно оставить всякие надежды на личное счастье, жить без желаний, без надежд, не мечтать, не ждать, а чтобы не было этой **скуки**, с которой уже так надоело нянчиться, можно заняться чужими делами, чужим счастьем, а там незаметно наступит старость, жизнь придет к концу – и больше ничего не нужно*» (Три года).

Сюда же в лексико-семантическую группу по линии контекстуальной синонимии включаются и многие другие специфичные лексемы, требующие отдельного рассмотрения: *гнет, лень, вялость, утомление, праздность, безделье; сухой, длинный, серый, хмурый и др.*

Подводя итог обозрению части средств репрезентации концепта, можно утверждать, что воплощением авторской категоризации действительности становятся контекстуальные синонимы, выражающие специфику языковой реализации многомерного концептуального смысла *Скуки* и свидетельствующие о коммуникативной значимости и распространенности явления в русском языковом сознании. Данные средства, расширяя вербальный материал для описания концепта, способствуют установлению новых когнитивных признаков («раздражение», «отвращение», «страх», «зависть», «дело», «интерес», «безразличие/равнодушие»), отличных от репрезентируемых узualmente средствами и обогащающих содержательную структуру концепта.

Список литературы

1. Абрамов, Н. А. Словарь русских синонимов и сходных по смыслу выражений / Н. А. Абрамов. – М., 1999. – 672 с.

2. Александрова, З. Е. Словарь синонимов русского языка / З. Е. Александрова. – М., 1968. – 600 с.
3. Арутюнова, Н. Д. Язык и мир человека / Н. Д. Арутюнова. – М., 1999. – 896 с.
4. Бабушкин, А. П. Типы концептов в лексико-фразеологической семантике языка / А. П. Бабушкин. – Воронеж, 1996. – 104 с.
5. Словарь современного русского литературного языка : в 17 т. – М.-Л., 1948–1965. – Т. 13.
6. Бердяев, Н. А. Судьба России. Самосознание / Н. А. Бердяев. – Ростов н/Д, 1997. – 544 с.
7. Воркачев, С. Г. Лингвокультурология, язык, личность, концепт: становление антропологической парадигмы в языкознании / С. Г. Воркачев // Филол. науки. – 2001. – № 1. – С. 64–71.
8. Горбачевич, К. С. Словарь синонимов русского языка / К. С. Горбачевич. – М., 2007. – 608 с.
9. Ильин, И. П. Эмоции и чувства / И. П. Ильин. – СПб., 2001. – 752 с.
10. Какая скука самая опасная. – URL: <http://inukrnews.com/life/society/17265-kakaya-skuka-samaya-opasnaya.html>.
11. Карасик, В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В. И. Карасик. – Волгоград, 2002. – 476 с.
12. Кожевников, А. Ю. Большой синонимический словарь русского языка. Речевые эквиваленты. – СПб., 2003. – Т. 2. – 480 с.
13. Кубрякова, Е. С. Язык и знание: на пути получения знаний о языке (части речи с когнитивной точки зрения. Роль языка в познании мира) / Е. С. Кубрякова. – М., 2004. – 555 с.
14. Словарь русского языка / под ред. А. П. Евгеньевой. – М., 1981–1984.
15. Маслова, В. А. Когнитивная лингвистика : учеб. пособие / В. А. Маслова. – М., 2004. – 256 с.
16. Новый вид скуки – к уже известным четырем. – URL: <http://inosmi.ru/world/20131201/215265500.html>.
17. Новый объяснительный словарь синонимов русского языка. – М., 2003. – 1032 с.
18. Ожегов, С. И. Толковый словарь русского языка / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова. – М., 1999. – 944 с.
19. Пименова, М. В. Предисловие / М. В. Пименова // Введение в когнитивную лингвистику. – Кемерово, 2004. – Вып. 4. – 208 с.
20. Попова, З. Д. Очерки по когнитивной лингвистике / З. Д. Попова, И. А. Стернин. – Воронеж, 2001. – 191 с.
21. Словарь по этике / под ред. И. С. Кона. – М., 1983. – 445 с.
22. Словарь синонимов русского языка / авт.-сост. М. А. Ситникова. – Ростов н/Д, 2006. – 352 с.
23. Словарь синонимов русского языка / гл. ред. А. П. Евгеньева. – Л., 1971. – Т. 2.
24. Словарь синонимов языка А. П. Чехова / под ред. Н. В. Мелькумянц. – Таганрог, 2012.
25. Степанов, Ю. С. Константы: словарь русской культуры / Ю. С. Степанов. – М., 2001. – 990 с.
26. Стернин, И. А. Методика исследования структуры концепта / И. А. Стернин // Методологические проблемы когнитивной лингвистики / под ред. И. А. Стернина. – Воронеж, 2001. – С. 58–65.
27. Черняк, В. Д. Синонимическое варьирование в современной речи / В. Д. Черняк // Русский язык сегодня. – М., 2000. – Вып. 1. – С. 463–471.
28. Чехов, А. П. Полное собрание сочинений и писем : в 30 т. – М., 1974–1983. – URL: http://az.lib.ru/c/chehow_a_p.
29. Шопенгауэр, А. Афоризмы и истины. – М.; Харьков, 2000. – С. 571–572.

Сведения об авторе

Маханова Галина Евгеньевна – аспирант кафедры русского языка, Брянский государственный университет им. акад. И. Г. Петровского. Брянск, Россия.
magaev-mge@yandex.ru

*Bulletin of Chelyabinsk State University. 2016. No. 13 (395).
Philology Sciences. Issue 104. Pp. 94–100.*

**CONTEXTUAL SYNONYMS AS MEANS OF LEXICOLOGICAL
AND PHRASEOLOGICAL LEVEL OF VERBALIZATION
OF THE CONCEPT “BOREDOM”**
(based on the art works and letters of Anton Chekhov)

G. E. Makhanova

*Bryansk State University named after academician I. G. Petrovsky, Bryansk, Russia.
magaev-mge@yandex.ru*

Installed language units (contextual synonyms), representing the concept and its signs in the texts of the writer, serve as a basis for building a nuclear-peripheral field model of the concept “Boredom.” These lexical means occupy a niche near the periphery and provide an opportunity to talk about the features of language consciousness, projecting part of a general, cognitive.

Keywords: *the concept “Boredom”, the means of representation, contextual synonyms, cognitive signs.*

References

1. Abramov N.A. *Slovar' russkikh sinonimov i skhodnykh po smyslu vyrazheniy* [Dictionary of Russian synonyms and similar expressions on sense]. Moscow, 1999. 672 p. (In Russ.).
2. Aleksandrova Z.E. *Slovar' sinonimov russkogo yazyka* [Russian Thesaurus]. Moscow, 1968. 600 p. (In Russ.).
3. Arutyunova N.D. *Yazyk i mir cheloveka* [Language and the world of man]. Moscow, 1999. 896 p. (In Russ.).
4. Babushkin A.P. *Tipy kontseptov v leksiko-frazeologicheskoy semantike yazyka* [Types of concepts in lexical-phraseological semantics of the language]. Voronezh, 1996. 104 p. (In Russ.).
5. *Slovar' sovremennogo russkogo literaturnogo yazyka* [Dictionary of modern Russian literary language], vol. 13. Moscow; Leningrad, 1948–1965. (In Russ.).
6. Berdyaev N.A. *Sud'ba Rossii. Samosoznanie* [The fate of Russia. Self-awareness]. Rostov-on-Don, 1997. 544 p. (In Russ.).
7. Vorkachev S.G. *Lingvokul'turologiya, yazyk, lichnost', kontsept: stanovlenie antropologicheskoy paradigmy v yazykoznanii* [Cultural linguistics, language, identity, concept: formation of anthropological paradigm in linguistics]. *Filologicheskie nauki* [Philology], 2001, no. 1, pp. 64–71. (In Russ.).
8. Gorbachevich K.S. *Slovar' sinonimov russkogo yazyka* [Russian Thesaurus]. Moscow, 2007. 608 p. (In Russ.).
9. Il'in I.P. *Emotsii i chuvstva* [Emotions and feelings]. St. Petersburg, 2001. 752 p. (In Russ.).
10. *Kakaya skuka samaya opasnaya* [What is the most dangerous boredom]. – URL: <http://inukrnews.com/life/society/17265-kakaya-skuka-samaya-opasnaya.html>. (In Russ.).
11. Karasik V.I. *Yazykovoy krug: lichnost', kontsepty, diskurs* [Linguistic Circle: Personality, concepts, discourse]. Volgograd, 2002. 476 p. (In Russ.).
12. Kozhevnikov A.Yu. *Bol'shoy sinonimicheskii slovar' russkogo yazyka. Rechevye ekvivalenty* [Large dictionary of synonyms Russian language. Speech equivalents], vol. 2. St. Petersburg, 2003. 480 p. (In Russ.).
13. Kubryakova E.S. *Yazyk i znanie: Na puti polucheniya znaniy o yazyke: Chasti rechi s kognitivnoy tochki zreniya. Rol' yazyka v poznanii mira* [Language and Knowledge: On the way of learning the language: Parts of speech with a cognitive point of view. The role of language in the world]. Moscow, 2004. 555 p. (In Russ.).
14. Evgenyeva A.P. (ed.). *Slovar' russkogo yazyka* [Russian Dictionary]. Moscow, 1981–1984. (In Russ.).
15. Maslova V.A. *Kognitivnaya lingvistika* [Cognitive linguistics]. Moscow, 2004. 256 p. (In Russ.).

16. *Novyy vid skuki – k uzhe izvestnym chetyrem* [A new kind of boredom – to the four already known]. Available at: <http://inosmi.ru/world/20131201/215265500.html>. (In Russ.).
17. *Novyy ob'yasnitel'nyy slovar' sinonimov russkogo yazyka* [New explanatory dictionary of synonyms Russian language]. Moscow, 2003. 1032 p. (In Russ.).
18. Ozhegov S.I., Shvedova N.Yu. *Tolkovyy slovar' russkogo yazyka* [Explanatory Dictionary of the Russian language]. Moscow, 1999. 944 p. (In Russ.).
19. Pimenova M.V. Predislovie [Preface]. Pimenov M.V. (ed.). *Vvedenie v kognitivnyuyu lingvistiku* [Introduction to Cognitive Linguistics], iss. 4. Kemerovo, 2004. 208 p. (In Russ.).
20. Popova Z.D., Sternin I.A. *Ocherki po kognitivnoy lingvistike* [Essays in Cognitive Linguistics]. Voronezh, 2001. 191 p. (In Russ.).
21. Kona I.S. (ed.). *Slovar' po etike* [Dictionary of Ethics]. Moscow, 1983. 445 p. (In Russ.).
22. Sitnikova M.A. (ed.). *Slovar' sinonimov russkogo yazyka* [Russian Thesaurus]. Rostov-on-Don, 2006. 352 p. (In Russ.).
23. Evgeneva A.P. (ed.). *Slovar' sinonimov russkogo yazyka* [Russian Thesaurus], vol. 2. Leningrad, 1971. (In Russ.).
24. Melkumyants N.V. (ed.). *Slovar' sinonimov yazyka A.P. Chekhova* [Dictionary of language synonyms A.P. Chekhov]. Taganrog, 2012. (In Russ.).
25. Stepanov Yu.S. *Konstanty: Slovar' russkoy kul'tury* [Constants: Dictionary of Russian culture]. Moscow, 2001. 990 p. (In Russ.).
26. Sternin I.A. Metodika issledovaniya struktury kontsepta [Methods of study of the concept of structure]. *Metodologicheskie problemy kognitivnoy lingvistiki: Nauchnoe izdanie* [Methodological problems of cognitive linguistics: Scientific publication]. Voronezh, 2001. Pp. 58–65. (In Russ.).
27. Chernyak V.D. Sinonimicheskoe var'irovanie v sovremennoy rechi [Synonymous variation in modern speech]. Krysin L.P. (ed.). *Russkiy yazyk segodnya* [Russian language today], vol. 1. Moscow, 2000. Pp. 463–471. (In Russ.).
28. Chekhov A.P. *Polnoe sobranie sochineniy i pisem* [Complete works and letters]. Moscow, 1974–1983. Available at: http://az.lib.ru/c/chehow_a_p. (In Russ.).
29. Shopengauer A. *Aforizmy i istiny* [Aphorisms and truth]. Moscow; Kharkov, 2000. Pp. 571–572. (In Russ.).

УДК 811.1/2
ББК 81.2

ОСОБЕННОСТИ ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКОГО ПРЕДЛОГА «В ТЕЧЕНИЕ» ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ ЕВРОПЕЙСКИХ ЯЗЫКОВ (на базе русского, французского, немецкого и английского языков)

О. Ю. Павлова, С. И. Суровцева

Южно-Уральский государственный гуманитарно-педагогический университет, Челябинск, Россия

Представлены результаты исследования темпоральных предлогов в сопоставительном аспекте. Сопоставляются семантические особенности фразеологического предлога *в течение* на базе русского, французского, немецкого и английского языков. В исследуемых языках фразеологический предлог *в течение* может переводиться по-разному, выбор того или иного предлога в немецком, французском и английском языках зависит от контекста и ситуации, то есть от того временного полотна, который необходимо отразить в предложении. В английском, немецком и французском языках фразеологическому предлогу «в течение» могут соответствовать как лексические производные и производные предлоги, так и фразеологические предлоги. Универсальное понятие времени отражается разными способами в различных языках, и речь может идти только о частичных совпадениях.

Ключевые слова: *фразеологический предлог, лексический производный предлог, лексический производный предлог, темпоральное значение, временной отрезок.*

На сегодняшний день проблема исследования предлогов находится на подъеме лингвистических учений. В статье мы изучаем характерные особенности лексических и фразеологических предлогов темпоральной семантики в русском, французском, немецком и английском языках. Рассматривая эти лексические единицы, мы, без сомнения, намеренно сужаем количество валентных имен существительных и глаголов с целью более точного и объективного описания исследуемых единиц языка.

С одной стороны, предлоги как часть речи очень малы, а с другой стороны, частотность их употребления превышает все другие части речи. Такая тенденция прослеживается не только в русском, но также и в немецком, французском и английском языках.

Целью настоящей статьи является выявление характерных и различительных черт лексических и фразеологических предлогов темпоральной семантики в русском, французском, немецком и английском языках на примере фразеологического предлога *в течение* (чего) и его употребления в исследуемых языках. В связи с тем, что класс предлогов еще активно исследуется лингвистами, терминологического единства как такового не достигнуто, поэтому считаем необходимым определить термины, используемые здесь. Будем пользоваться тер-

минами «фразеологический предлог» (далее ФП) и «релятивный фразеологизм», которые являются синонимичными. Под фразеологическим предлогом мы понимаем класс грамматических фразеологизмов с релятивным значением, функционирующих как единое целое сочетание и выполняющих связующую роль между словами, то есть функцию предлога.

Следует заметить, что предлоги пространственного значения являются наиболее изученными и представлены в лингвистической литературе трудами таких ученых, как В. А. Плунгян, С. Ю. Богданова, И. С. Бороздина, О. Л. Мальцева, Т. Н. Маляр, О. Н. Селивёрстова, Ю. Н. Хоружая и многие другие. Предлоги, указывающие на временные отношения, нуждаются в исследованиях и менее представлены в языкознании.

ФП *в течение* (чего) состоит из двух компонентов: лексический производный предлог *в* + имя существительное *течение* (ЛНП + имя сущ.) и означает: 1) на протяжении какого-либо отрезка времени; 2) в продолжение какого-либо действия, во время чего-либо. Естественно, что каждый компонент привносит свое значение в общее значение ФП *в течение*. Лексический производный предлог (далее ЛНП) *в* указывает на момент или на период времени, в который что-либо происходит. Имя суще-

ствительное *течение* означает движение, перемещение непрерывным потоком, струей. Из этих значений и формируется значение ФП *в течение* (чего), который употребляется с существительными, обозначающими временной отрезок, период, действие, с одной стороны. Например, месяц, день, неделя, год, час, минута, разговор, обед, ужин, период, защита, сезон, срок, президентство, правление и др. С другой стороны, используются следующие глаголы: решать, ждать, посещать, отдыхать, сохранять, определять, увеличивать, формировать, давать, принимать, разрабатывать, становиться и др.

Например, *Гинкас меня, кажется, понял и развил роль: моя героиня периодически появлялась в течение всего спектакля, молча бродя по сцене, олицетворяя собой то память, то совесть, то благородство, в общем, неся зрителю букет вечных ценностей и иллюстрируя немой укор* (Сати Спивакова. «Не все»). **В течение** трех месяцев, без всякого там договора, разговора о деньгах, мы буквально целыми днями сидели и сочиняли трюки, придумывали интересные повороты для новой программы (И. Э. Кио. «Иллюзии без иллюзий»). **Заметьте:** основными путями сообщения **в течение** долгого времени были реки, в основном текущие по меридиональным направлениям: с севера на юг или с юга на север (Дмитрий Лихачев. «О русской интеллигенции»).

Значение русского ФП *в течение* (чего) на французский язык передается несколькими лексическими единицами: *durant, pendant, depuis, au fil de, au cours de, (tout) au long de, à la longueur de*. Три первых лексических единицы являются лексическими производными предлогами (далее ЛПП), а оставшиеся – ФП. В ходе исследования были обнаружены особые условия функционирования ЛПП *durant, depuis* и *pendant*, скорее, некоторые ограничения их употребления. Так, *depuis* указывает на отрезок времени, на протяжении которого длится действие, причем это действие никогда не бывает завершено к моменту речи или к тому моменту, когда происходит другое действие, употребляется со словами, обозначающими время. Тогда как *pendant* указывает на отрезок времени, на протяжении которого действие произошло, причем действие это всегда закончено к моменту речи или к тому моменту, когда упоминается о другом действии. Предлог *durant* указывает на отрезок времени, на протяжении которого длится действие. Этот ЛПП обычно употребляется в книжной или письменной

речи, указывает на длительность действия или события, может стоять после существительного, например, *toute sa vie durant*, что совершенно невозможно в русском языке. Употребление предлога зависит от того, завершено действие к моменту речи или же не завершено.

ФП *au fil de, au cours de, (tout) au long de, à la longueur de* указывают на отрезок времени, на протяжении которого длится действие или событие. ФП отличаются от ЛПП тем, что мы не обнаружили каких-либо ограничений или особых условий их употребления в речи. Схема образования французских ФП следующая: ЛНП + имя сущ. + ЛНП, то есть состоят из трех компонентов в отличие от ФП в русском языке *в течение* (чего), состоящего из двух компонентов. На формирование общего значения французских ФП оказывают влияние имена существительные *le fil, le cours, le long, la longueur*, которые в своей семе имеют значение протекания чего-либо, хода событий продолжительности.

Например: *Cette taxe n'est rien, c'est 1 \$ sur une chambre d'hôtel, mais, accumulée au fil de l'année... Ça s'appelle la «toerist-tax», c'est l'équivalent de 1 euro par chambre d'hôtel, 1 euro* (Les travaux parlementaires). *Alors, j'espère que nos concitoyens auront de beaux moments durant cette période estivale* (Les travaux parlementaires). *Il demanderait aussi une profonde réhabilitation de l'hiver auprès d'une population qui, toute sa vie durant, se fait convaincre que l'hiver est meilleur... sous les Tropiques* (Le Devoir Tourisme). *Le combat de Lear au milieu des autres personnages prend l'allure de la lutte contre les éléments durant la tempête* (William S. Antonine Maillot). *Président, encore une fois je répète, là, ce gouvernement, notre gouvernement a une préoccupation, depuis trois ans et demi, pour les familles* (Les travaux parlementaires). *Malgré l'évidence, certains historiens l'ont même nié pendant longtemps* (Les travaux parlementaires). *Ils l'ont réparée, mais pendant des jours nous avons eu les pieds gelés* (Élise Turcotte. Le bruit des choses vivantes). *Ça va être satisfaisant avec la réserve que j'ai exprimée tout au long de la soirée* (Les travaux parlementaires). *Andrée Nault a comblé plusieurs de ces lacunes au cours de ses études postdoctorales, à l'Université McGill* (Claire Gagnon. Interface-Scienceclip). *Plusieurs membres du Comité ont lié la question des augmentations brutales de quotes-parts d'un barème à l'autre à la longueur de la période de référence, indiquant que plus celle-ci était longue, moins nombreux*

seraient les pays affectés par ces augmentations (Инт.).

В немецком языке нами обнаружены следующие лексические единицы, которые могут употребляться в значении *в течение*: *im Laufe* (G), *im Laufe von* (D), *während* (G), *innerhalb* (G), *innerhalb von* (D). Как и во французском языке, в немецком мы обнаруживаем следующие особенности, которые являются скорее ограничениями употребления как ФП, так и ЛПП. Так, ЛПП *innerhalb* и ФП *im Laufe* употребляются с родительным падежом (G), но если далее идет числительное, то более одного употребляется уже дательный падеж (D) и ЛНП *von*. Также выявлено, что значение *в течение* (чего), но с ограничением какого-либо срока, то есть за какой-либо период времени в немецком языке может использоваться ЛНП *in*. Например, *Die Arbeit muss in 2 Tagen / im Laufe von 2 Tagen / innerhalb von 2 Tagen erledigt werden.* – Работу необходимо выполнить в течение 2-х дней. У ЛПП *während* (G) характеристик такого порядка не наблюдается.

Например: *Durch jährliche Veranlagung der Gewinne innerhalb eines Abrechnungszeitraumes* (Инт.). *Das Verfahren werde kurz sein. Abgesehen von Ausnahmefällen erfolge eine Auslieferung innerhalb von zehn Tagen* (Die Zeit, 01.04.2016). *Der Rummel um den ersten Mittelklassewagen des Elektroautobauers Tesla ist riesig - und die Nachfrage auch. Innerhalb von 24 Stunden seien bereits 115000 Vorbestellungen für das "Model 3" eingegangen, verkündete Firmenchef Elon Musk in der Nacht bei der Präsentation* (Die Zeit, 01.04.2016). *1917, während des ersten Krieges, wäre er beinahe an einer Kabeljaugräte erstickt, weshalb er seitdem keinen Blasiussegen versäumte* (Franz Josef Degenhardt. Für ewig und drei Tage). *In den Jahren 1880–84 studierte er auf den Universitäten Marburg und Bonn Naturwissenschaften und Mathematik, machte 1884 sein Doktorexamen, 1885 sein Staatsexamen, wurde dann Assistent am botanischen Institut in Marburg und machte gleichzeitig sein Probejahr als Lehramtskandidat durch* (Franz Brümmer. Lexikon der deutschen Dichter und Prosaisten vom Beginn des 19. Jahrhunderts bis zur Gegenwart). *Natürlich kann man den politischen Menschen, der man im Laufe des Lebens geworden ist, nicht einfach abstreifen und sich auf ein Noli me tangere zurückziehen, das einem den Seelenfrieden der Unwissenden beschert* (Heinrich Hannover. Die Republik vor Gericht 1975–1995). *Diese sind im Laufe von zwei Jahren von 1 % auf 2 % angewachsen* (Günter Holle-

mann. Ein Dioden-gepumpter Nd:YAG Laser für ein Indium-Frequenznormal).

Практический материал показывает, что в немецком языке в структуре ФП имеется некоторое сходство с русским языком – требуется употребление имени существительного в родительном падеже, хотя и с некоторыми ограничениями. Структурная схема ФП *im Laufe* (G) такова: ЛНП + имя сущ., далее, как и в русском языке, требуется родительный падеж (G). Родительный падеж также требуется и после ЛПП *während* (G) и *innerhalb* (G). Схема ФП *im Laufe von* (D) следующая: ЛНП + имя сущ. + ЛНП и далее уже необходим дательный падеж.

В английском языке в значении *в течение* используются следующие лексические единицы: *during*, *within*, *for*, *over*, *throughout*, *in the course of*, *over the course of*. Лексические предлоги *for* и *over* являются непроеводными, *during*, *within* и *throughout* – производные предлоги, *in the course of*, *over the course of* – фразеологические предлоги. Как отмечает Б. Н. Аксёненко, ЛНП *for* имеет несколько временных значений:

- обозначает определенный промежуток во времени, который предназначен для какой-либо деятельности в настоящем или будущем;
- протяженность действия во времени в прошлом;
- промежуток времени события, к которому происходят приготовления.

ЛПП *during* отражает время в движении некоего единого потока, отрезок события или действия, который нельзя разделить на отдельное или точное время. Употребляется при указании на протяженность периода, в которое совершалось действие. В своем темпоральном значении ЛПП *within* ограничивает отрезок времени, в которое происходит то или иное событие или действие, то есть наблюдается валентность с такими словосочетаниями, как «три секунды», «пять минут», «два года» и так далее. ЛПП *throughout* указывает на временной период, который полностью охвачен каким-либо действием или событием. ЛНП *over* указывает на отрезок времени, в течение которого выполнялось действие или происходило событие. На формирование значения ФП *in the course of*, *over the course of* оказывает влияние семантика имени существительного *the course*, которое в одном из своих понятий имеет семантическое значение «течение, ход событий». Схематично ФП можно представить следующим образом: ЛНП + имя сущ. + ЛНП.

Как мы видим, здесь обнаруживается сходство с французским языком, в котором схема ФП идентична. Следует заметить, что последний ЛНП в схеме и в английском, и во французском оформляет отношения родительного падежа *de* и *of*.

Например, *Subsequently, a series of meetings was held during the following week* (Инт.). *On the other hand, in line with my principle that a settlement should be comprehensive, it was necessary to provide binding timetables of implementation over the course of the transition* (Инт.). *And yet, throughout that period, the State had accorded priority to the protection of children* (Инт.). *The following paragraphs give an overview of communications sent to Governments in the course of the last year* (Инт.). *Selection to all 2,500 civilian career positions should be completed within 24 months* (Инт.). *Alternative development interventions must be sustained and continued over extended periods of time* (Инт.). *The Air Transport Section is responsible for establishing United Nations air safety standards and administering long-term contracts for aircraft stationed in peacekeeping mission areas for periods generally exceeding one year* (Инт.). *As for our second item, for the last several years the General Assembly called for transparency in armaments and confidence-building* (Инт.).

Как мы видим, имеются некоторые сходства в русском и немецком языках, также в английском и французском языках. Вместе с тем к одной ветви языков относятся немецкий и английский – это германская ветвь, а французский принадлежит к романской группе, тогда как русский относится к славянским языкам. Исследуемые языки являются типологически различными, но все же в них прослеживаются

точки соприкосновения. Английский и французский языки относят к аналитическим, русский и немецкий – к синтетическим.

Восприятие времени в языках отражается также и с помощью предлогов, которые играют немаловажную роль в том, чтобы четко и емко выразить полотно темпоральности в той или иной ситуации. Таким образом, наш практический материал показывает, что ФП в русском языке *в течение* (чего) соответствуют несколько предлогов (как лексических, так и фразеологических) в английском, немецком и французском языках. Система отражения временных отношений в разноструктурных языках не совпадает. Предложные системы исследуемых языков не могут сводиться друг к другу, совпадения значений предлогов являются лишь частичными. Этот факт ведет к тому, что значение одного предлога в одном языке может передаваться несколькими предлогами в другом. На выбор того или иного предлога оказывает влияние не только имя существительное и глагол, то есть связь слева и связь справа, но также и момент речи, и законченность/незаконченность действия или события по отношению к моменту речи. Предлоги, выполняя грамматическую и лексическую нагрузку в оформлении тех или иных отношений между знаменательными частями речи, играют еще и важную роль в синтаксическом строе языка.

Выявляя семантические различия темпорального фразеологического предлога *в течение* в европейских языках, мы обозначаем круг использования лексических и фразеологических предлогов, которые отражают это понятие в немецком, английском и французском языках. Выбор предлога зависит от его семантических характеристик.

Список литературы

1. Аксёненко, Б. Н. Предлоги английского языка / Б. Н. Аксёненко. – М., 1956. – 320 с.
2. Баринаева, И. В. Семантика предлогов, выражающих временные отношения в современном английском языке : дис. ... канд. филол. наук / И. В. Баринаева. – М., 1999. – 212 с.
3. Хоружая, Ю. Н. Семантические функции пространственных и временных предлогов в немецком и русском языках : дис. ... канд. филол. наук / Ю. Н. Хоружая. – Краснодар, 2007. – 218 с.
4. Шиганова, Г. А. Система лексических и фразеологических предлогов в современном русском языке : дис. ... д-ра филол. наук / Г. А. Шиганова. – Челябинск, 2001. – 621 с.

Сведения об авторах

Павлова Ольга Юрьевна – кандидат исторических наук, доцент, заведующая кафедрой иностранных языков, Южно-Уральский государственный гуманитарно-педагогический университет. Челябинск, Россия.

o.yu.pavlova@mail.ru

Суровцева Светлана Ивановна – кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков, Южно-Уральский государственный гуманитарно-педагогический университет. Челябинск, Россия.

svetlana_shok@mail.ru

Bulletin of Chelyabinsk State University. 2016. No. 13 (395).

Philology Sciences. Issue 104. Pp. 101–105.

**FEATURES OF THE PHRASEOLOGICAL PREPOSITION *V TETSHENIE*
THROUGH THE PRISM OF THE EUROPEAN LANGUAGES
(on the basis of the russian, french, german and english languages)**

O. Yu. Pavlova

South Ural State humanitarian-pedagogical University, Chelyabinsk, Russia. o.yu.pavlova@mail.ru

S. I. Surovtseva

South Ural State humanitarian-pedagogical University, Chelyabinsk, Russia. svetlana_shok@mail.ru

Results of research of temporal prepositions in comparative aspect are presented in the present article. Within this article semantic features of a phraseological preposition *v tetshenie* on the basis of the Russian, French, German and English languages are compared. In the studied languages the phraseological preposition *v tetshenie* can be translated differently, the choice of this or that preposition in the German, French and English languages depends on a context and a situation, that is on that temporary cloth which needs to be reflected in the offer. In the English, German and French languages to a phraseological preposition *v tetshenie* there can correspond both lexical non-productive and derivative preposition, and phraseological pretexts. The universal concept of time is reflected in the different ways in various languages and the speech can go only about partial coincidence.

Keywords: *phraseological preposition, lexical non-productive preposition, lexical derivative preposition, temporal meaning, time span.*

References

1. Aksyonenko B.N. *Predlogi angliyskogo yazyka* [English prepositions]. Moscow, 1956. 320 p. (In Russ.).
2. Barinova I.V. *Semantika predlogov, vyrajayushih vremennye otnosheniya v sovremennom angliyskom yazyke* [Semantics of the prepositions expressing the temporary relations in modern English]. Moscow, 1999. 212 p. (In Russ.).
3. Horuzhay Yu.N. *Semantitsheskiye funktsii prostranstvennyh i vremennyh predlogov* [Semantic functions of spatial and temporal prepositions in the German and Russian languages]. Krasnodar, 2007. 218 p. (In Russ.).
4. Shiganova G.A. *Sistema leksitsheskih i fraseologitsheskih predlogov v sovremennom russkom yazyke* [System of lexical and phraseological prepositions in modern Russian]. Chelyabinsk, 2001. 621 p. (In Russ.).

УДК 659.4+070

КУЛЬТУРА ЧТЕНИЯ В СОВРЕМЕННЫХ КОММУНИКАТИВНЫХ ПРАКТИКАХ: СЕТЕВЫЕ МЕДИА И КАРТИНА МИРА СОВРЕМЕННОГО ЧИТАТЕЛЯ

Е. А. Селютина¹, А. А. Селютин²

¹ Челябинский государственный институт культуры, Челябинск, Россия

² Челябинский государственный университет, Челябинск, Россия

Анализируется динамика культуры чтения в обществе глобальной информации. Чтение остается практикой элит, несмотря на декларируемую доступность знания в постиндустриальную эпоху. Формируется новая культура чтения, которая представлена «текстами о текстах», т.к. в современном обществе значение имеет не явление, а его презентация, новые сетевые медиа начинают выступать в роли экспертов, определяющих границы и направленность чтения, акцентируя новизну и максимально широкий тематический объем литературных текстов, рецензии на которые в итоге и станут основой для картины мира современного человека.

Ключевые слова: общество глобальной информации, постиндустриальное общество, культура чтения, консюмеризм, книжные тренды, сетевые медиа.

Современная цивилизация, при всех спорах теоретиков информационного общества, очевидно, уже не может осмыслиться вне концепций «постиндустриального общества» [2], «общества глобальной информации» (Окинавская Хартия глобального информационного общества). Несмотря на футурологическую направленность указанных работ, мы можем констатировать, что именно этот период мы переживаем сейчас. И хотя существуют работы, предлагающие рассматривать проект «информационного общества» как глобальную мифоутопию («самая большая мечта и самое большое научное заблуждение социологии и философии последних десятилетий», И.Д. Тузовский [11]) или вообще говорить о невозможности прогнозирования грядущих перемен в эпоху «текущей модерности» («Мы просто перестали надеяться на то, что эти изменения когда-то придут к концу», З. Бауман [1]), можно констатировать, что именно информационные технологии, воспринимаемые негативно и позитивно, определяют развитие общества в XXI веке.

Одной из тенденций развития современного информационного общества является изменение аксиологического статуса у практик, которые ранее имели маркер элитарных, связанных с высоким интеллектуальным статусом ее участника (чтение художественной литературы, слушание и понимание классического искусства, осознанное восприятие новейшего искусства и т.п.). Наиболее наглядно данная

тенденция выявляется при анализе образа читающего человека, самого процесса чтения, способов презентации книжных новинок в сетевых медиа в силу особого отношения к процессу освоения текста в эпоху тотальной визуальности.

Книга и новые сетевые медиа

Концепция информационного общества ставит чтение в ряд практик, позволяющих участвовать в процессе передачи информации, а само участие в коммуникации воспринимается как благо для общества, т.к. процесс внедрения технических достижений во все сферы общества видится способом кардинального улучшения всех сторон жизни социума. Между тем ведущие философы и социальные теоретики (см. материалы доклада ЮНЕСКО «К обществам знания» (Всемирный доклад ЮНЕСКО «К обществам знаний», 2005)), рассуждая о грядущем переходе от общества информации к обществу знания, наделили информацию статусом вспомогательным, полагая, что это товар, и лишь знание как таковое может быть общественным благом. В этом смысле книга и отношения с ней определяют возможности современного человека на пути к посттехногенной цивилизации и обществу знания.

На наш взгляд, общество находится в точке пересечения нескольких противоположных моментов существования книги. Во-первых, глобальная сеть Интернет и ее возможности

делают доступ к книге массовым: можно купить бумажную книгу в Сети, можно купить электронную книгу, можно, наконец, воспользоваться пиратскими ресурсами. И хотя интерес к электронным изданиям неуклонно возрастал все первое десятилетие XXI века, исследования последних лет говорят о нарастании обратной тенденции. Сетевое издание «Colta» приводит данные, представленные на конгрессе «Рынок розничного распространения – 2016» в Гринвиче (Коннектикут, США) об увеличении роста продаж бумажных книг в 2015 году. (<http://www.colta.ru/news/11535>). Причем этот рост продолжился и в 2016 году, а возраст покупателей зафиксирован в диапазоне от 18 до 29 лет, т.е. вопреки опасениям, что молодежь однозначно предпочитает дигитальность, это не применимо в отношении к книге. По данным российской службы статистики, проанализированным изданием «Российская газета» в сентябре 2016 года, продажи бумажных книг выросли и в России (на 6 %), что эксперты связывают с ухудшением экономического положения в стране («Социологами давно подмечено, что люди начинают больше читать в непростые времена» [4]), отсутствием периодических изданий на «бумажных» носителях (это является проблемой для той части населения, которая привыкла иметь дело именно с напечатанными газетами), а также было высказано предположение о замещении книгой иного культурного досуга в силу его удорожания (не поход в театр, а вечернее чтение).

Во-вторых, сами писатели определяют некоторые особенности информационного общества в негативном ключе, считая его важной частью, Интернет, капканом, который делает любого писателя заложником определенной репутации («ненастоящий»). Известный российский писатель А. Иванов, автор социально-психологических романов «Географ глобус пропил», «Коммьюнити», «Ненастье» и др. в интервью, данном С. Николаевичу для программы «Культурный обмен» (канал ОТР, 24 июня 2016 г.), сказал, что для него, как для автора, нет никаких предпочтений в том, чтобы существовать в интернет-пространстве: «виртуальное пространство априори не престижное – престижно только реальное. Хочется быть писателем престижным». Именно поэтому книга должна быть опубликована, ошестествлена в бумаге. Данное мнение не имеет частного или узкопрофессионального (писательского) характера, а является определенным симпто-

мом времени, совпадающим с точкой зрения самого читающего субъекта (книга, скачанная в Интернете, может оказаться недостойным продуктом, тогда как издатель, вложившись, определенным образом делает легитимными отношения читателя и писателя).

В третьих, говоря о возможностях выбора книги в обширном информационном поле, необходимо признать, что эти возможности достаточно иллюзорны в силу невозможности многих потребителей книжной продукции оценить весь объем информации в иерархическом ключе, определить, что является не просто заслуживающим внимания в силу личных интересов (например, любви к жанру детектива), но и имеет общественный резонанс, формировать литературные тренды, пантеон новейшей словесности и т.д.

Именно поэтому все большую популярность набирают новые российские медиа, существующие, в большинстве своем, только в виртуальной среде, которые создают особую концептосферу «новой книжности», «новой книжной культуры», определяя большинство параметров восприятия книги. Речь идет о сетевых медиа Wonderzine, Горький, Afisha, Colta и др. За последние годы именно сетевые ресурсы за счет очевидной быстроты получения и обработки информации, активного присутствия в социальных сетях стали главным поставщиком сведений о том, что происходит в книжном мире. Каждый из этих сайтов имеет соответствующий раздел, посвященный книгам, за исключением медиа «Горький», который целиком сосредоточен на анализе всех видов этого искусства. Кроме того, важно учитывать декларируемый неконкурирующий характер данных ресурсов, что можно считать моментом отхода от морали консюмеризма: сетевые издания ставят активные ссылки на материалы друг друга, апелляция к критикам изданий имеет статус авторитетной и верифицирует перепечатку статей и рецензий, хотя сами материалы могут выходить в соглашении с известными издательствами и иметь коммерческий, а не информационный характер. Характерна уверенность создателя сетевого медиа «Горький» Б. Куприянова в неконфликтности всех участников глобального разговора о книге: «Слушайте, у нас миллионы друзей и ни одного врага. Все люди, которые занимаются просвещением в нашей стране и думают о книгах и чтении, – наши союзники. «Арзамас» (Просветительский проект «Arzamas.

Academy») – наши близкие друзья. Насколько я знаю, они очень переживают за наш запуск и дают нам советы» («Горький – это тоже мем»: про что будет писать новый сайт о литературе «Горький»).

Медиа и формирование книжных трендов

Анализ данных изданий невозможен без учета теории моды и формирования модных трендов в современной массовой культуре. В теории моды явления, ставшие стилеобразующими, принято называть трендами; в индустрии моды существуют люди, занимающиеся прогнозированием модных трендов, (trend forecaster, trend spotter, trend hunter, англ.) [9]. Если применить эту терминологию к обсуждаемой сфере, то станет очевидно, что есть писатели-тренды (тренд-сеттеры), как, например, В. Пелевин или В. Сорокин; произведения-тренды – например, «Как я съел собаку» Е. Гришковца; жанровые тренды, например, киберпанк, фэнтези или иронический детектив и т.п., и есть целый институт прогнозирования литературных тенденций – институт литературной критики (и это одна из главных функций литературной критики – предсказывать). Культуролог Малкольм Гладуэлл попытался понять и проиллюстрировать появление модных трендов, в том числе и через литературную моду. Он проанализировал факторы, которые делают малоизвестную книгу бестселлером, а также механизм порождения и функционирования слухов. По мнению Гладуэлла, новые тенденции подчиняются законам вирусной эпидемии. Он выделил три закономерности: закон меньшинства – в распространении социальных эпидемий большую роль играют отдельные личности (лидеры моды, авторитеты, музы); закон «заражения» – маленькие вещи создают большое влияние; закон силы среды – человек чувствителен к окружающей обстановке гораздо больше, чем кажется [5].

Именно данную функцию берут на себя новые медиа, прогнозируя новые тренды путем формирования особых стратегий презентации книжных новинок. Так, например, журнал «Афиша» создал проект о книгах, который можно считать пособием по новейшей мировой литературе в России XXI века, «Сто лучших романов XXI века». С помощью экспертного совета, в который вошли писатели, философы, культурологи, журналисты, критики, издатели, путем перекрестных ссылок на тексты, авторы проекта составили список новых романов без

ранжирования по значимости, и на каждый текст была представлена дополнительная рецензия авторитетного критика Л. Данилкина [10]. Поэтому читатель данных сетевых медиа, в нашем примере, журнала «Афиша», следующий этим рекомендациям, определенно входит в круг людей, следующих моде и модным тенденциям в области книг.

На наш взгляд, это формирует определенную картину мира у человека, доверяющего сетевым медиа и следующим за ними в выборе стратегии собственной жизни и программы чтения в частности. Основная черта данной картины мира – это ее «готовность», т.к. в ее основе – помещение книг в ряд иных масс-культурных явлений, вне зависимости от статуса книги и репутации представляемого автора. Книжная продукция оказывается в ряду модных трендов вообще, соседствует со списками отечественных и зарубежных сериалов, только что открывшихся ресторанов и т.п. Креолизованные тексты сайтов создают активный визуальный ряд, являющийся якорем для читателя сайта: можно открыть страницу о видеоиграх, а можно и о книгах.

Очень важно, что данная презентация связана с концептом «новое», обеспечивающим определенный социальный комфорт участнику данного типа коммуникации (я знаю, что «это» существует, или, как минимум, «слышал об этом»). Имеет значение не чтение как деятельность, а книга как объект, ее появление в гуманитарной сфере, причем это именно книжная новинка, «новость» в мире книг. Сама структура таких сайтов, например, сайта «Афиша. Daily», и не предполагает серьезной критической и литературоведческой обработки явления словесности: важно именно ввести явление в обиход (хотя для этого сетевого издания работают и известные критики Л. Данилкин и К. Мильчин).

Второй концепт – «всеохватность», т.к. очевидно, что презентация книжных новинок определяется не столько потребностью в информации, сколько экономикой, маркетинговыми мероприятиями. Поэтому за счет чтения материалов сайтов можно в разное время получить представление о документальных книгах, книгах для летнего чтения, о феминизме и т.п. Читатель сайтов оказывается не в поле литературных текстов, а в поле «текстов о текстах» – рефлексии книжного обозревателя над новинками литературы. Этот книжный метатекст формируется из рецензий, перекрестных

апелляций к специальным проектам сайтов (например, «10 лучших книг для детского чтения»). А за счет уже упоминаемых ссылок на материалы других сайтов (сайт «Афиша.Daily» ссылается на «Wonderzine», а тот, в свою очередь, на «Горький»), рецензирование приобретает генеративный (в понимании Н. Хомского) характер: к рецензии добавляются не новые сведения, а подробности, распространяющие метатекстовое образование.

Налицо некая стабилизация явления, и то, что действительно было новым и интересным, как, например, журнал «Афиша» двадцать лет назад, сейчас воспринимается вторичным. Поэтому создатели контента о книгах пытаются выработать стратегию от противного, разработать концепцию, которая снова вывела бы книги из семантического ряда новых городских объектов. В этом плане заслуживает внимания деятельность недавно появившегося сайта «Горький», который предложил новый взгляд на устоявшиеся приемы. Анализируя многочисленные выступления создателей «Горького» (Бориса Куприянова, Нины Назаровой и др.), можно определить пока не столько результат их усилий, сколько четкость миссии сайта.

Деконсюмеризм как миссия: возвращение к элитарности

В противовес дискретности и всеохватности книжных обзоров, редакторы предполагают, что сумеют создать целостное семантическое поле для каждой упомянутой книги, смогут поместить ее в кросскультурный контекст, ориентируясь на издания, которые его предлагают, в частности, на «The New York Review of Books», «где рассматривают книги с различными подходами к одной и той же теме – и старые, и новые, – когда отдельное издание не существует в вакууме, а складывается некая история чтения, идей, мыслей, образов» («Горький – это тоже мем»: про что будет писать новый сайт о литературе «Горький»).

Второй важный момент – отсутствие претензий на элитарность, «столичность», «кружковость» («тусовочность») в материалах о книгах. По мнению авторов ресурса, само название должно включить память о традиции в восприятии М. Горького как явления не столько столичного, сколько всероссийского («Горький – фигура, которая ассоциируется с большой Россией, а не чем-то столичным, замкнутым в себе: это не что-то такое для искусственных, по-

священных – это, скорее, нечто очень простое, даже избитое, из учебника; доступное, понятное»; «Горький» – для людей, которым как раз не хватает какого-то культурного и книжного контекста и которые благодаря нам смогут компенсировать его отсутствие. Поэтому в первую очередь мы ориентируемся не на Москву, не на города-миллионники, а на регионы («Горький – это тоже мем»: про что будет писать новый сайт о литературе «Горький»)).

Принципиальная позиция в наполнении данного ресурса – в нем книжные новинки занимают лишь часть из предполагаемого объема информации для читателя. Сошлемся на слова автора идеи сайта Бориса Куприянова: «для читателя совершенно все равно, когда вышла книга – сейчас или 200 лет назад, – если он ее не читал. Для читателя каждая книга – новая, будь то “Преступление и наказание” или последний роман Пелевина» («Горький – это тоже мем»: про что будет писать новый сайт о литературе «Горький»). Поэтому на сайте есть раздел «заслуженно забытые книги, которые, однако, могут быть интересны читателю и естествоиспытателю», отрывки из новых романов и т.д. Вероятно, такое может позволить себе далеко не каждый издатель, но т.к. сайт – явление некоммерческое, его создатели, очевидно, имеют большой простор для воображения и реализации возникших идей. Результат такого подхода может показать только время, но, очевидно, что авторы взяли на себя сверхмиссию вывести книги из сферы чистого потребления.

Тем не менее, несмотря на программу, которую определяют для себя создатели того или иного сайта, при анализе контента выбранных для анализа ресурсов можно заметить одну важную особенность. С одной стороны, издания ориентированы на широкий круг читателей, они массовые, об этом и говорят программные заявления их создателей. Поэтому подобные ресурсы решают проблему самого доступа к знаниям, сформулированную ЮНЕСКО в качестве из главнейших и ведущих к кризису информационного общества, т.к. формируют некое тематическое, а иногда и проблемное поле современной словесности. С другой – сам подход к презентации книжных явлений, стиль критиков говорят о том, что книга не изменила своего элитарного статуса, несмотря на ее существование в виде текста, а не произведения, изданного на бумаге.

Сам стиль книжных рецензий, анонсов и интервью, а также рекомендательных списков

(например, «50 лучших документальных романов» и т.п.), которые предоставляют различные авторитетные персоны сетевым медиа, является сложным синтетическим образованием. В его основе – хорошее владение литературным языком, но с элементами разговорного стиля (на основе интержаргона и профессиональных жаргонов представителей различных субкультур). Но в большей степени его специфику характеризует активное использование научного стиля, что позволяет говорить о стилизации как жанровом явлении, или, в отдельных случаях, об имитации стиля научной статьи или рецензии. На наш взгляд, это не просто следствие репрезентации языковых личностей экспертов медиа, хотя этот фактор необходимо учитывать обязательно (так, Людмила Алябьева говорит о том, что в *cultural studies*, *fashion studies* многие термины не имеют адекватного перевода, адаптации на русский язык, а сценограф Галина Солодовникова говорит о том же в отношении теории театра – «Я изучала современный театр на английском и неидеально владею русской лексикой и терминологией для уже знакомых мне явлений»), но и вопрос определенной стиливой игры и обеспечения социального комфорта потребителю контента: читатель оказывается в кругу посвященных. Так, исследуя проект «Книжная полка» сетевого журнала «Wonderzine», который позиционирует себя как «сетевое издание для девушек», можно определить образ предполагаемой читательницы журнала как не просто просвещенной девушки, разносторонне увлекающейся не только косметикой, но и авторским кино, и, что важно для нашего анализа, способной к научной рефлексии, восприятию такого, например варианта представления книги: «Механическая улыбка», замечательно иллюстрированная книга альбомного формата, которую я с удовольствием дочитываю в данный момент, посвящена эротизации и коммодификации женского тела в современной культуре (на примере тела модели) и становлению показов мод или «парадов манекенов», как они поначалу назывались» (Людмила Алябьева).

Проект предполагает систематическое освещение круга чтения ряда известных персон, среди которых шеф-редактор журнала «Теория моды» Людмила Алябьева, директор ГМИИ им. Пушкина Марина Лошак, театральные критик Елена Ковальская и т.п.: они выступают как эксперты, рекомендуя около десяти книг, которые определяют их как личностей. Сам список книг включает в себя издания на многих европейских языках, что предполагает достаточную степень знакомства с языками и у читательницы сайта, а презентация книг является научной рецензией в миниатюре. Мы можем говорить о том, что чтение как элитарная практика сохраняет свое значение, и быть причастным к этой культуре означает быть одновременно высокообразованным, человеком с высокой духовной организацией и модным, следующим ведущим трендам в этом искусстве.

Таким образом, книга остается важнейшим компонентом гуманистической парадигмы грядущего общества знания. Вместе с тем очевидно, что огромное значение в современном обществе информации имеет не явление, а его презентация, за счет чего потребитель имеет дело не столько с книжным текстом (произведением), сколько с метатекстами: книжными рецензиями, анонсами, опросами, интервью, метапредметными связями, образующимися на уровне гиперссылок. Новые сетевые медиа начинают выступать в роли экспертов, определяющих границы и направленность чтения, акцентируя новизну и максимально широкий тематический объем литературных текстов, рецензии на которые в итоге и станут основой для картины мира современного человека – человека, доверяющего сетевым медиа и следующим за ними в выборе стратегии собственной жизни и программы чтения в частности. Книга помещается в один ряд с другими видами массовой культуры (еда, спорт, кинематограф и т.п.), но сохраняет статус культурного маркера в современном обществе.

Список литературы

1. Бауман, З. Текущая модерность / З. Бауман. – URL: <http://polit.ru/article/2011/05/06/bauman/>
2. Белл, Д. Грядущее постиндустриальное общество / Д. Белл. – М., 1999.
3. Всемирный доклад ЮНЕСКО «К обществам знаний». – URL: <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001418/141843e.pdf>
4. Гайва, Е. Пища для размышления / Е. Гайва // Рос. газ. – 2016. – 05 сентября.

5. Гладуэлл, М. Гении и аутсайдеры: почему одним все, а другим ничего? / М. Гладуэлл. – М., 2009.
6. «Горький – это тоже мем»: про что будет писать новый сайт о литературе «Горький»: интервью с редакцией // Афиша.Daily. – URL: <https://daily.afisha.ru/brain/2811-pro-cto-budet-pisat-povu-sayt-o-literature-gorkiy/>
7. Культурный обмен с Сергеем Николаевичем: интервью с писателем Алексеем Ивановым. – URL: <http://www.otr-online.ru/programmi/kulturnii-obmen-s-1267/pisatel-aleksei-ivanov-55112.html>
8. Окинавская Хартия глобального информационного общества. – URL: https://ru.wikisource.org/wiki/Окинавская_Хартия_глобального_информационного_общества
9. Секачева, О. Заглядывая в будущее. Прогнозисты трендов: предсказатели или диктаторы? / О. Секачева // Теория моды. – 2006. – № 1. – С. 27–37.
10. Сто лучших романов XXI века // Афиша. – № 364. – URL: <http://mag.afisha.ru/stories/100-luchshih-romanov-veka/100-luchshih-romanov-veka/>
11. Тузовский, И. Д. Утопия XXI: глобальный проект «Информационное общество» / И. Д. Тузовский. – Челябинск, 2014. – 389 с.

Сведения об авторах

Селютина Елена Александровна – кандидат филологических наук, доцент кафедры литературы и русского языка, Челябинский государственный институт культуры. Челябинск, Россия.
L22502@yandex.ru

Селютин Андрей Анатольевич – кандидат филологических наук, заведующий кафедрой теоретического и прикладного языкознания, Челябинский государственный университет. Челябинск, Россия.
blind11@yandex.ru

*Bulletin of Chelyabinsk State University. 2016. No. 13 (395).
Philology Sciences. Issue 104. Pp. 106–112.*

READING CULTURE IN MODERN COMMUNICATION PRACTICES: NETWORK MEDIA AND THE MODERN READER A PICTURE OF THE WORLD

E. A. Selyutina¹, A. A. Selyutin²

¹ *Chelyabinsk State Institute of Culture, Chelyabinsk, Russia. l22502@yandex.ru*

² *Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russia. blind11@yandex.ru*

The article analyzes the dynamics of reading culture in the society of global information. Reading is still the practice of the elites, despite the declared accessibility of knowledge in the post-industrial era. Formed a new reading culture, which is represented by “texts about texts” because in modern society value is not a phenomenon, and its presentation of the new network media are starting to play the role of experts, defining boundaries and reading direction, emphasizing the novelty and the widest thematic scope of literary texts, reviews of which eventually become the basis for a picture of the modern human world.

Keywords: *global information society, post-industrial society, reading culture, consumerism, book trends, network media.*

References

1. Bauman Z. *Tekuchaja modernost'* [Fluid modernity]. – URL: <http://polit.ru/article/2011/05/06/bauman/>
2. Bell D. *Grjadushhee postindustrial'noe obshchestvo* [The future of post-industrial society]. Moscow, 1999.

3. *Kul'turnyj obmen s Sergeem Nikolaevichem: interv'ju s pisatelem Alekseem Ivanovym* [Cultural exchange with Sergey Nikolaevich: interview with the writer Alexey Ivanov]. – URL: <http://www.otr-online.ru/programmi/kulturnii-obmen-s-1267/pisatel-aleksei-ivanov-55112.html>
4. Gayva E. Pishha dlja razmyshlenija [Food for thought]. *Rossiyskaya Gazeta* [Russian newspaper], iss. 9 October, 2016. – URL: <https://rg.ru/2016/09/05/rosstat-v-rossii-vyrosli-prodazhi-kartoshki-i-moiushchih-sredstv.html>
5. Gladwell M. *Genii i autsajdery: pochemu odnim vse, a drugim nichego?* [Geniuses and outsiders: why the fist have everything, and the latter have nothing?]. Moscow, 2009.
6. «Gor'kij – jeto tozhe mem»: pro chto budet pisat' novyj sajt o literature «Gor'kij»: interv'ju s redakciej [Gorky is a meme too': what a new website will write about literature 'Gorky: interview with the editors]. *Afisha. Daily* [Afisha Daily]. – URL: <https://daily.afisha.ru/brain/2811-pro-chto-budet-pisat-novyy-sajt-o-literature-gorkiy/>
7. *Okinavskaja Hartija global'nogo informacionnogo obshhestva* [Okinawa Charter of global information society]. – URL: https://ru.wikisource.org/wiki/Okinavskaya_khartiya_globalnogo_informatsionnogo_obshchestva
8. Sto luchshih romanov XXI veka [One hundred best novels of the 21st century]. *Afisha* [Afisha], iss. 364. – URL: <http://mag.afisha.ru/stories/100-luchshih-romanov-veka/100-luchshih-romanov-veka/>
9. Sekacheva O. Zagljadyvaja v budushhee. Prognozisty trendov: predskazateli ili diktatory? [Looking in the future. Predictors of trends: predictors or dictators?]. *Teorija mody* [Theory of fashion], iss. 1. 2006. Pp. 27–37.
10. Tuzovsky I. *Utopija XXI: global'nyj projekt "Informacionnoe obshhestvo"* [Utopia of XXI: global project "Information Society"]. Chelyabinsk, 2014. 389 p.
11. *Vsemirnyj doklad JuNESKO "K obshhestvam znaniy"* [Unesco's World Report "Towards Knowledge Societies"]. – URL: <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001418/141843e.pdf>

УДК 811.111'367
ББК 81.1

СОВРЕМЕННЫЕ СИНТАКСИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ: НОВАЯ ТЕРМИНОЛОГИЯ ДЛЯ ОПИСАНИЯ «СТАРЫХ» ОБЪЕКТОВ

Т. Н. Синеокова

*Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н. А. Добролюбова,
Нижний Новгород, Россия*

Рассматривается вопрос терминологического разнообразия при описании синсемантических структур, характеризующихся коммуникативной изоляцией. На примере термина «разрыв потенциального синтаксического целого» обосновывается целесообразность введения новых терминов, необходимых для описания выявленных свойств объекта. Данные свойства обнаруживают корреляционные связи с экстралингвистическими признаками-факторами, обуславливающими специфику их реализации в состоянии эмоционального напряжения, и тем самым обладают прогностическим потенциалом.

Ключевые слова: *терминология, синтаксис, разрывы потенциального синтаксического целого.*

В синтаксических исследованиях существуют области, в которых используется большое количество терминов для номинации, казалось бы, одного и того же структурного феномена. В частности, терминологическое разнообразие встречается при описании особых форм устной и письменной речи, специфика которых заключается в изолированной реализации частей потенциально целого в нейтральной области предложения, каждая из которых получает самостоятельный коммуникативный статус, но является семантически зависимой от других.

Приведем лишь некоторые из используемых терминов: «сегментация», «сепаратизация», «парцелляция», «расчленение», «изоляция», «конструкции добавления», «подключенные/подключительные конструкции», «непредложенческие конструкции», «не-предложения», «присоединения», «пояснительные конструкции», «предложения с расщеплением» и другие.

Приведенный выше неполный список терминов действительно впечатляет. Всегда ли данные термины (или даже их часть) являются, как полагает Ю. В. Ванников, «терминами-джокерами», что «создает в целом неблагоприятную ситуацию для определения синтаксического статуса фиксируемых ими фактов» [1. С. 92], или разные термины позволяют номинировать разные характеристики изучаемого объекта? Насколько целесообразно вводить новые термины для описания новых выявлен-

ных свойств рассматриваемых синтаксических построений?

Именно эти вопросы задавал себе автор при изучении специфики синтаксических конструкций, реализуемых в состоянии эмоционального напряжения. Задачей исследования, проводимого на материале английского языка, являлось создание классификационного описания, учитывающего механизмы речемыслительной деятельности в эмоциогенных ситуациях и, таким образом, позволяющего выявить корреляционные связи между типом психологического состояния и языковыми манифестациями.

Формально изолированные синсемантические конструкции составили значительную часть выборки общим объемом более чем в 8 тысяч примеров. Анализ материала позволил выявить не только их структурную и семантическую разнородность, но и несомненную зависимость от экстралингвистических условий реализации – деформирующего (в состоянии дистресса), благотворного (в состоянии эвстресса) или амбивалентного (в адаптационном поисковом состоянии) влияния аффективных процессов на процессы речемыслительные.

Поиск различных вариантов классификации рассматриваемых синтаксических элементов с учетом психофизиологических факторов позволил выделить две группы конструкций, которые были названы «расшифровывающие конструкции» и «разрывы потенциального

синтаксического целого». Объединяет данные конструкции независимый коммуникативный статус их компонентов, сопровождающийся смысловой зависимостью. При этом расшифровывающие конструкции содержат коррелирующие элементы, не позволяющие объединить части в единое целое без элиминации некоторых компонентов (1), в то время как разрывы потенциального синтаксического такую трансформацию предполагают (2):

(1) Drishogue (awed). There it is again – The house is quivering over us! (O'Casey).

(2) Gutman. Casanova, you have received a letter. Perhaps it's the letter with the remittance check in it!

Jacques (in a hoarse, exalted voice). Yes! It is! The letter! With the remittance check in it! (Williams).

Таким образом, автором были введены новые термины. Ниже на примере термина «разрывы потенциального синтаксического целого» будут рассмотрены основания для отказа от существующей терминологии при описании рассматриваемых форм аффективной речи. При этом подчеркнем, что в задачи автора не входит детальный анализ терминологии, являющейся предметом обсуждения в многочисленных публикациях последних десятилетий, список которых во много раз превысил бы объем данной статьи (см., например, в [3]), а лишь обсуждение причин неприемлемости использования наиболее частотных терминов при описании исследуемых синтаксических единиц.

Что касается термина «сегментация», он применяется для номинации достаточно широкого круга явлений. В лингвистической литературе можно встретить следующие толкования сегментации: 1) любое изолированное функционирование отрезков речи; 2) обособление каких-либо членов в рамках предложения; 3) отделение компонентов от предложения. Рассмотрение сегментации как самостоятельного функционирования членов потенциального синтаксического целого, казалось бы, соответствует кругу рассматриваемых явлений эмоционального синтаксиса. Тем не менее в качестве сегментированных конструкций, характеризующихся выходом элементов за пределы предложения, чаще всего рассматриваются конструкции, имеющие смысловые корреляты в базовой и вынесенной частях. Подобные конструкции содержат материально избыточные структурные элементы и, как было сказано

выше, образуют особую группу расшифровывающих построений с эксплицитно выраженным уточнением. Термин «сегмент», таким образом, неадекватен для обозначения рассматриваемых единиц.

Термин «сепаратизация» также закреплен за вполне определенной частью конструкций разговорной речи. Под сепаратизацией в современных исследованиях чаще всего понимается самостоятельное функционирование придаточного предложения вне рамок сложноподчиненного предложения. Такие конструкции, безусловно, зарегистрированы в аффективной речи, однако они имеют отличную от рассматриваемых построений лингвистическую специфику и иные психофизиологические корреляты.

Анализируемые построения часто определяются исследователями как «присоединительные конструкции». Разнородность существующих критериев выделения присоединительных конструкций приводит к тому, что одним термином обозначаются, например, 1) самостоятельные предложения или части предложений, соединенные союзом *and*, обычно полные или номинативные по структуре; 2) конструкции, в которых присоединенная часть чаще всего оформляется как отдельное предложение и выражена одним членом предложения, главным или второстепенным, однородным члену основной части; 3) конструкции, в которых присоединенные части по своему значению приближаются к обособлению [2].

Интерес представляет часть конструкций второго типа и конструкции третьего типа, получившие в лингвистической литературе также название «парцеллированных конструкций».

Можно было бы предположить, что термин «парцелляция», восходящий к французскому «*parceller*» («делить, дробить на части»), должен использоваться для обозначения таких порождений, в которых происходит дробление высказывания на синсемантические отрезки, обладающие в то же время функциональной автосемантической. Однако этот термин в настоящее время так же, как и названные выше термины, покрывает широкий круг явлений и не имеет строго определенного лингвистического статуса.

Исходя из вышеперечисленных соображений, для обозначения рассматриваемых построений первоначально был выбран термин «расчленение», казалось бы, не допускающий двойного прочтения и указывающий на существование некоего гипотетического целого.

Синтаксическую характеристику расчленения Ю. М. Скребнев видит в том, что реплика складывается из нескольких предложений, каждое из которых в его неизменном виде либо при незначительном преобразовании могло бы явиться членом распространенного предложения, совпадающего по протяженности со всей репликой [6]. Однако, как выяснилось, и этот термин может употребляться либо в более широком смысле (говорят о расчленении целого на смысловые отрезки – синтагмы [4]; различными формами расчленения называют присоединение и парцелляцию [7]), либо в достаточно узком (расчленение сложноподчиненных предложений, конструкции с соотносительной связью, характеризующиеся наличием местоименных и неместоименных коррелятов [5]).

В отличие от названных выше терминов, термин «разрыв» не использовался до настоящего времени при рассмотрении конкретных форм реализации речевого потока. Он остается «чистым», свободным от привнесенных исследователями созначений. Кроме того, если все вышеназванные понятия (спорным является лишь вопрос о присоединении) предполагают, с точки зрения большинства исследователей, преднамеренное квантование речевого потока, то разрыв может подразумевать как намеренное, так и случайное (а в состоянии аффекта нередко неосознанное) его расчленение. Таким образом, термин «разрывы потенциального

синтаксического целого» наиболее точно отражает суть рассматриваемого явления и позволяет четко очертить круг обозначаемых им построений.

Выделенные в рамках классификационной группы «разрывы потенциального синтаксического целого» пять структур: разрыв-паузатор, разрыв-эмфатизатор, уточняющий разрыв, обрыв потенциального синтаксического целого и обрыв гипотетического синтаксического целого – обнаружили статистически значимые корреляционные связи с типами психологического состояния говорящего, что позволяет использовать классификацию для решения идентификационных задач.

Таким образом, новый подход к описанию «старого» объекта исследования – построение интерактивной классификации, основанной на выявлении корреляционных связей между явно наблюдаемыми структурно-семантическими признаками и ненаблюдаемыми экстралингвистическими признаками-факторами, обуславливающими специфику их реализации (по аналогии с выявлением корреляции между наблюдаемыми свойствами грибов и их ненаблюдаемыми признаками съедобности/несъедобности), – обуславливает целесообразность введения новых средств номинации, обуславливающих однозначность идентификации данных прогностически значимых признаков.

Список литературы

1. Ванников, Ю. В. Синтаксис речи и синтаксические особенности русской речи / Ю. В. Ванников. – М., 1979. – 294 с.
2. Гаибова, М. Т. Присоединительные конструкции и их стилистические функции в художественной прозе (на материале английского языка) : дис. ... канд. филол. наук / М. Т. Гаибова. – М., 1973. – 176 с.
3. Калинин, А. Н. Синтагматика и синтаксис парцеллированных конструкций в современном английском языке : дис. ... канд. филол. наук / А. Н. Калинин. – Самара, 2005. – 183 с.
4. Малахов, О. Я. Послеловные присоединительные конструкции в современном английском языке (интонационно-грамматический анализ) : дис. ... канд. филол. наук / О. Я. Малахов. – М., 1965. – 187 с.
5. Семенова, Л. В. О характере связи между частями расчлененной синтаксической структуры / Л. В. Семенова // Теория и практика лингвистического описания разговорной речи. – Горький, 1978. – Вып. 9. – С. 83–87.
6. Скребнев, Ю. М. Общелингвистические проблемы описания синтаксиса разговорной речи : дис. ... д-ра филол. наук / Ю. М. Скребнев. – Горький, 1971. – 581 с.
7. Юрик, О. П. Интонация парцеллированных структур как части сверхфразового единства в английском языке: (Разграничение парцелляции и присоединения на основе экспериментально-фонетического исследования) : дис. ... канд. филол. наук / О. П. Юрик. – М., 1977. – 231 с.

Сведения об авторе

Синеокова Татьяна Николаевна – доктор филологических наук, профессор кафедры английского языка переводческого факультета, Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н. А. Добролюбова. Нижний Новгород, Россия.
tatyana.sineokova@gmail.com

*Bulletin of Chelyabinsk State University. 2016. No. 13 (395).
Philology Sciences. Issue 104. Pp. 113–116.*

MODERN SYNTACTICAL RESEARCH: NEW TERMINOLOGY FOR “OLD” OBJECTS DESCRIPTION

T. N. Sineokova

Nizhni Novgorod Linguistics University, Nizhni Novgorod, Russia. tatyana.sineokova@gmail.com

The article discusses the diversity of terminology in descriptions of synsemantic structures characterized by communicative isolation. Introduction of new terms appears necessary for an adequate description of the classification of an object's identified properties. Advisability of such introduction is stated on the example of the term “break of the potential syntactic unity” which is used to describe new object's properties. These properties reveal a valid correlation with a number of extralinguistic factors contributing to the peculiarities of their realization in the state of emotional tension and thus have a prognostic potential.

Keywords: *terminology, syntax, breaks of the potential syntactic unity.*

References

1. Vannikov Yu.V. *Sintaksis rechi i sintaksicheskie osobennosti russkoy rechi* [Syntax of speech and syntactic peculiarities of Russian speech]. Moscow, 1979. 294 p. (In Russ.).
2. Gaibova M.T. *Prisoedinitel'nye konstruksii i ikh stilisticheskie funktsii v khudozhestvennoy proze (na materiale angliyskogo yazyka)* [Attached constructions and their stylistic functions in fiction]. Moscow, 1973. 176 p. (In Russ.).
3. Kalinin A.N. *Sintagmatika i sintaksis partsellirovannykh konstruksiy v sovremennom angliyskom yazyke* [Sintagmatics and syntax of parceled constructions in modern English]. Samara, 2005. 183 p. (In Russ.).
4. Malakhov O.Ya. *Posleslovnnye prisoedinitel'nye konstruksii v sovremennom angliyskom yazyke (intonatsionno-grammaticheskiy analiz)* [Afterword attached constructions in modern English (intonation and grammar analysis)]. Moscow, 1965. 187 p. (In Russ.).
5. Semenova L.V. *O kharaktere svyazi mezhdru chastyami raschlenennoy sintaksicheskoy struktury* [About the relations between disjointed syntactic structure parts]. *Teoriya i praktika lingvisticheskogo opisaniya razgovornoy rechi* [Theory and practice of linguistic description of colloquial speech], iss. 9. Gorky, 1978. Pp. 83–87. (In Russ.).
6. Skrebnev Yu.M. *Obshchelingvisticheskie problemy opisaniya sintaksisa razgovornoy rechi* [General linguistic problems of colloquial speech description]. Gorky, 1971. 581 p. (In Russ.).
7. Yurik O.P. *Intonatsiya partsellirovannykh struktur kak chasti sverkhfrazovogo edinstva v angliyskom yazyke: (Razgranichenie partsellyatsii i prisoedineniya na osnove eksperimental'no-foneticheskogo issledovaniya)* [Intonation of parceled structures as parts of super-phrasal unity in the English language: (Differentiation between parceling and attachment on the basis of experimental phonetic research)]. Moscow, 1977. 231 p. (In Russ.).

УДК 008.001
ББК 71.4.

ТРАНСМЕДИА STORYTELLING В МАРКЕТИНГОВЫХ PR-КОММУНИКАЦИЯХ

А. С. Сумская

*Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина.
Екатеринбург, Россия*

Признается важная роль трансмедиа storytelling в совершенствовании аудиовизуальных PR-коммуникаций, обосновывается актуальность трансмедийного повествования в современной экранной культуре, цифровом медиаискусстве актуальными практиками медиапотребления. В работе описан опыт применения форматной трансмедийной истории в продвижении образовательных услуг кафедры творческого вуза. Текстотформирование истории реализовано на основе синтеза форматов longread и landing page, повествование базируется на трех платформах, «интерпретативные» сообщества развиваются в четырех социальных сетях.

Ключевые слова: *маркетинговые коммуникации, современная экранная культура, медиаискусство, текстотформирование в конвергентной среде, мультимедийная история, трансмедиа и кроссплатформенное повествование, формат, лонгрид, лендинг, лендингрид, технологически модифицированный медиатекст, интерактивное повествование с игровыми элементами.*

Интеграционные процессы в современной экранной культуре и медиаискусстве определили ведущие тренды контентной индустрии: конвергенцию, которая в том числе предполагает новые способы производства и виды подачи информации (по А. Г. Качкаевой); текстогенность (по М. Г. Шилиной) как комплекс факторов по текстотформированию в конвергентной среде; смешивание и взаимодополнение художественных практик в цифровом искусстве (по П. Вайбелю), диверсификацию, ориентированную на расширение медиапредложений для аудитории и перевод их в массмедийную форму (по А. В. Полонскому), и др. [1; 4; 8; 9].

М. А. Пильгун в своих исследованиях доказывает, что в настоящее время медиатекст становится базовым компонентом теории медиакультуры и представляет «синкретичное единство вербальных, визуальных и аудиальных компонентов, функционирующих в кроссплатформенной среде» [3].

Одним из наиболее актуальных в настоящее время инструментов текстосложения является storytelling. Созданный конвергированный текст с использованием различных знаковых систем базируется, как правило, на нескольких платформах, что позволяет ему обладать характеристиками трансмедийности и большим коммуникационным потенциалом.

Трансмедийное повествование чрезвычайно востребовано в современных практиках общения во многих сферах профессиональной деятельности, в том числе в PR-коммуникациях. Так, исследователь О. В. Тодорова из Киевского национального университета культуры и искусств констатирует: «Сторителлинг зарекомендовал себя как достаточно эффективное средство выстраивания внешних и внутренних корпоративных коммуникаций современного бизнеса, так как истории являются неотъемлемым элементом жизни людей в силу особенностей человеческой психики, и выступает как инструмент осмысления и передачи опыта, ценностной и культурной идентификации» [11].

В свою очередь, Ю. В. Таранова, анализируя ключевые тенденции, технологии и вызовы PR 2014–2015 гг., обусловленные экономическим кризисом, развитием медиатехнологий и актуальной практикой медиапотребления, отмечает визуальный сторителлинг в числе PR-инструментов первостепенной значимости как эффективный инструмент, способный пробиться сквозь информационный шум повседневности [10].

Таким образом, противоречие между потребностью в оптимально эффективных маркетинговых коммуникациях в условиях информационной культуры современности, кризисных

явлений отечественной экономики и недостаточная методическая разработанность текстосложения в мультимедийной среде, рекомендаций по созданию целостного мира истории актуализирует системность изучения этого процесса и апробацию использования потенциала трансмедиа storytelling в продвижении брендов товаров и услуг.

Объектом нашего исследовательского интереса является сфера маркетинговых PR-коммуникаций, а предметом – мультимедийная история, имеющая «расширения» на различных платформах.

Проблеме PR-коммуникаций посвящено достаточно много работ, в том числе исследованию PR-деятельности в условиях новой коммуникативной парадигмы, поэтому в рамках нашего исследования остановимся на использовании технологии трансмедиа storytelling как феномена электронного искусства.

Первооткрыватели метода сторителлинга – Дэвид Армстронг и Кевин Томпсон. В американской «Национальной сети повествования» (далее, NSN) storytelling определяется как «интерактивное искусство использования слов и действий для выявления элементов и образов истории с целью пробуждения воображения слушателя». Кроме того, выделяются требования к «рассказыванию историй»: рассказывание должно быть интерактивным, повествование обеспечивается за счет вербального и невербального языка, понимание повествования возможно при проявлении действий пользователя, например, перемещения по экрану компьютера, повествование представляет собой рассказ, что поощряет воображение слушателя [14].

Кстати, ежегодно NSN проводит Национальные storytelling конференции, очередная встреча сообщества состоялась 21–24 июля 2016 г. в Канзасе.

Проблемам мультимедийного повествования в отечественной научной школе посвящены работы А. Г. Качкаевой, И. В. Кирии, М. А. Пильгун, Н. И. Дворко, О. В. Тодоровой, Н. Л. Соколовой и ряда других исследователей. Так, М. А. Пильгун трактует мультимедийную историю как «информационный жанр онлайн-журналистики, сочетающий в себе элементы медиаконвергенции, обладающий свойством интерактивности, состоящей из информационных единиц разных жанров», что с ее точки зрения позволяет создать «полифоничное коммуникационное полотно, состоящее из разноформат-

ных элементов, которые расположены в кроссплатформенной среде» [3].

Безусловно, соглашаясь с пониманием автора сущности этого социокультурного феномена, не можем не заметить некоторую ограниченность трактовки. На наш взгляд, область «сказительства» может находиться не только в поле журналистики, поскольку все художественно-изобразительные средства сегодня достаточно легко интегрируются в медиатексты, обогащая таким образом потенциал мультимедийного повествования разножанровостью и разноформатностью.

Сторителлинг востребован во многих профессиональных направлениях, корпоративных маркетинговых коммуникациях, и объясняется это достаточно просто. Истории всегда привлекали и удерживали внимание легче и продолжительнее, чем просто заметки. В условиях информационного бума, хаоса, перенасыщения аудитории прямой рекламой, «рассказывание» историй имеет шанс на более длительное внимание и глубокое воздействие. В данном случае срабатывает психологический фактор, поскольку истории имеют потенциал увлекательности, выразительности, эмоционального переживания, а потому – потенциал влияния на действия, поступки и убеждения слушателей/зрителей.

Любая история по законам режиссуры имеет сюжет. Кристофер Букер, английский журналист и писатель, в своих методических рекомендациях по сторителлингу все разнообразие сюжетов обобщил в типичные семь: победа над темными силами; поиск и обретение цели; незапланированное путешествие и возвращение; трагедия, приводящая к краху; комедия как история о неправильно выбранном пути и взаимном непонимании; возрождение как освобождение от злых чар благодаря действию добрых сил; «из грязи в князи» как способ внезапного обретения незаслуженного статуса, потеря его и попытка вернуть «новый мир» [5].

Что касается требований корпоративного сторителлинга, то О. В. Тодорова акцентирует внимание на необходимости осмысленной темы, учета и интеграции в поведенческие сценарии героев storytelling характеристик и стереотипных установок представителей целевых групп для обеспечения лучшего ценностного взаимодействия. Кроме того, исследователь формулирует факторы, необходимые рассказчику для усиления воздействия: должность, финансовая состоятельность, послушной спи-

сок, уровень доступа, общие интересы с аудиторией, принадлежность к лидерам мнений и степень общественного влияния, мастерство и харизма, мотивация к достижению цели [11].

Теоретическая база по трансмедиа обобщена нами в предыдущей работе по этой тематике: «Теоретико-методологические основания продюсирования трансмедийных проектов», – и включает исследования Г. Дженкинса, А. Белла, Г. Кресса Д. Ламберта, Д. Лонга, К. Миллера, С. Сколари, А. Филлипса и др. Кроме того, мы выявили теоретико-методологическую основу создания трансмедийных историй: системный, проектный и синергетический [7].

По мысли Генри Дженкинса, «трансмедийная история разворачивается на нескольких медийных платформах и каждый новый текст вносит уникальный и ценный вклад в единое коммуникативное целое [12]. Исследователь подчеркивает, что каждая среда вносит особый вклад в рассказывание истории, развертывание сюжета, при этом, по его мысли, нет единого информационного источника, в котором бы была собрана вся история и рассказан весь сюжет [13].

Вслед за Г. Дженкинсом Н. Л. Соколова признает важную роль «расширений повествования», к которым относит «интерпретативные сообщества» или социальные сообщества в сетях, которые обеспечивают целостную интерпретацию всего корпуса медиатекстов истории, развивая и корректируя/совершенствуя режиссерский замысел [6].

В свою очередь продюсер и исследователь А. Филиппс, давая методические рекомендации по трансмедиа сторителлингу, дополняет теорию трансмедиа предложениями по продвижению мультимедийных историй [15].

Тем не менее самое важное свойство трансмедиа storytelling, используемой в PR-коммуникациях, – это создание пространства для переживания уникального опыта и возможность стать участником мира новой реальности, которую к тому же можно выбирать.

Технология конструирования трансмедиа повествования достаточно полно исследована и апробирована Н. И. Дворко. В ее работах указывается, что «трансмедийный проект должен состоять из трех или более сюжетных линий, относящихся к одному целостному вымышленному миру, особому тематическому универсуму. Нелинейность сюжета должна позволить зрителю/пользователю/геймеру выбрать свою «точку входа» в историю и тем самым обеспе-

чить персонализацию нарративного опыта». Эта история базируется на трех и более платформах. Кроме того, Н. И. Дворко указывает, что «расширенное повествование не должно являться повторным использованием материала одной платформы», в ином случае проект обладает характеристиками кросс-, а не трансмедийности. Наконец, ученый рекомендует создателям заранее определить роль и возможности аудитории в развертывании сюжета и действовать в соответствии с избранной тактикой, не исключая использование игроизации как метода стимулирования пользовательской активности [2].

На основе изучения теоретических положений и исследования практического опыта в зарубежной и отечественной практике кафедрой режиссуры кино и телевидения Челябинского государственного института культуры (далее РКТ ЧГИК) была создана мультимедийная история «Энергия успеха» с целью продвижения нового направления подготовки «Продюсер мультимедиа».

«Энергия успеха» с позиции системного подхода представляет целостный медиапродукт, который включает совокупность структурно взаимосвязанных элементов. Предлагаемый медиум имеет признаки продюсерского проекта, поскольку ориентирован на получение прибыли, ориентирован на целевую аудиторию заинтересованных в собственном обучении или обучении детей/внуков, а потому распространяется на различных платформах. Проект имеет ограничения по бюджету, времени подготовки и работе в медийном поле, которое определяется периодом приемной кампании вуза. Разнообразие визуально-графической информации, «интерпретативные сообщества» в социальных сетях играют важную роль в создании синергетического эффекта – создании миниатюрной Вселенной проекта и максимального погружения в ценности и смыслы всей истории.

Созданный медиатекст соответствует требованиям трансмедийности, поскольку состоит из трех сюжетных линий, основная их которых соответствует типу «незапланированное путешествие» (по К. Букеру) и распределяется на трех платформах, создавая единую историю творчества преподавателей и студентов кафедры РКТ. Центральное звено повествования базируется на отдельной веб-странице, имеет уникальное название и тематический вектор – «энергия развития в ответ на вызовы времени»,

а расширения истории – на официальной странице кафедры сайта вуза и в пяти социальных сетях. Для разных социальных сетей материалы модифицируются в соответствии с целевой аудиторией, тем не менее можно сказать, что эта часть истории обладает характеристиками кросс-медийности.

Центральное повествование приставляет собой конвергентное текстосложение, технологическая основа которого спроектирована на основе синтеза двух форматов – лонгрида и лендинга и достаточно смело названа «landing read», в нашей интерпретации обозначена как «посадочное чтение».

Лонгрид (от англ. long – «длинный», read – «читать») представляет особый способ подачи

длинных текстов в интернет пространстве с использованием мультимедийных инструментов, его цель – воссоздание событий и действий для наиболее полного раскрытия темы, описания явления/факта действительности, героя.

Landing page (LP), лендинг – это продающая веб-страница, которая содержит информацию об услуге или товаре, а главной задачей является создание потребности в дополнительном знании о товаре или услуге, приобретении, побуждение клиента к целевому конкретному действию.

Сравнительный анализ форматов лонгрида и лендинга представлен в таблице.

Сравнительный анализ структурных компонентов форматов long read и landing page

| № | Структура формата | Лонгрид (longread) | Лендинг (landing page) |
|------|--|---|---|
| 1. | <i>Качественно-содержательные характеристики</i> | | |
| 1.1. | Название | Уникальное | Броское |
| 1.2. | Тема | Исследование глубинных закономерностей общественных процессов, включая бытие отдельной личности, человека | Презентация возможностей компаний и организаций, товаров и услуг, специальных предложений |
| 1.3. | Характер события/героя | Развивающееся во времени, нестандартное, имеющее характеристики «самого-самого», потенциал фото-, видео- и графической визуализации | Краткосрочное, ограниченное по времени предложение по сбыту товара или услуги |
| 1.4. | Жанр | Специальный репортаж, очерк, аналитическая статья, гибридный – мультимедийная история и пр. | Заметка |
| 1.5. | Дополнительная информация | Наличие справочной информации | Наличие корпоративно-идентифицирующей информации: логотипа, названия, телефона, адреса компании |
| 1.6. | Коммуникация с пользователями | Возможность участия пользователей в создании и дополнении контента | Триггеры: – обозначение основных конкурентных преимуществ и выгод потребителя; – отзывы обладателей товаров/услуг; – сформулированный четкий призыв к действию; – документы, подтверждающие качество товаров/услуг как справочная информация; – футер (кнопки «поделиться» в различных социальных сетях) |

Продолжение таблицы

| | | | |
|------|---|---|---|
| 1.7. | Особые создаваемые эффекты | Эффект присутствия (с помощью параллакса), эффект погружения в тему, эффект «выжженной земли» как характеристика полноты раскрытия темы | Эффект «привлекательности товара/услуги» для потребителя, эффект «дефицита информации» и формирование немедленной готовности узнать больше о предлагаемом товаре/услуге, потребности в приобретении |
| 2. | <i>Количественно-технические характеристики</i> | | |
| 2.1. | Длина текста | От 2000 слов | До 1000 слов |
| 2.2. | Наличие элементов мультимедиа | Обязательно (видео, аудио, анимация, инфографика и пр.) | Желательно (видео, аудио, анимация, инфографика и пр.) |
| 2.3. | Свойства, характеристики текста | Гипертекстуальность, интерактивность | Гипертекстуальность, интерактивность |
| 2.4. | Способ чтения | Линейное чтение с возможностью перемещаться, используя прокрутку | Линейное чтение с возможностью перемещаться, используя прокрутку |
| 2.5. | Способ публикации | Публикация на отдельной веб-странице | Публикация на отдельной веб-странице |
| 2.7. | Количество специалистов, задействованных в создании | От 6–10 человек | От 6 человек |
| 2.8. | Период работы | от 1 месяца | от 1 месяца |

Таким образом, форматы «лонгрид» и «лендинг» имеют сходства и отличия. Наибольшее сходство имеют количественно-технические характеристики, а основным отличием является объем текста: у лонгрида текстовая часть может достигать от 10 000 до 20 000 слов, мультимедийные компоненты разнообразны, в то время как у одностраничного лендинга и объем текста, и мультимедиа сопровождение может быть в разы меньше. Наибольшее различие отмечается в качественно-содержательных компонентах анализируемых форматов, что обусловлено различными, подчас противоположными целями: в случае лонгрида – наиболее полное раскрытие темы, а лендинга – создание, с одной стороны, ощущения дефицита информации, а с другой, возможность ее дополнительного раскрытия в случае связи с продавцом/организатором коммуникации.

«Landing read» РКТ ЧГИК – это storytelling, который включает всего 500 слов, 8 скролов, 5 видео, 27 фото, скан 1 официального документа, 1 инфографику, 1 анимационный сюжет. В его создании задействовано 12 специалистов, период изготовления – около 2 месяцев. Мультимедийная история «Энергия успеха» обладает свойствами гипертекстуальности и инте-

ративности. Как лонгрид мультимедийный рассказ раскрывает тему потенциала кафедры РКТ, заявленное событие – набор на мультимедиа продюсирование – имеет характер развивающегося во времени, есть справочная информация и создается эффект погружения в тему. В основе презентационного мультимедийного повествования не информационный журналистский текст, что доказывает возможность интеграции художественных выразительных средств и в документальные факты. Мотивация к действию закрепляется призывами: «Получи уникальное медиаобразование в Челябинске!», «Вливайся в цифровое будущее!», «Сделай жизнь мобильнее и ярче!», «Зажги свою звезду профессиональной удачи и успеха!». Быстрое реагирование может быть реализовано за счет футуров: встроенных кнопок «задать вопрос заведующему кафедрой», кнопок перехода на группы «Продюсер ЧГИК» в социальных сетях (ВКонтакте, Фейсбук, Твиттер, Инстаграм), кнопок перехода пользователей на свои аккаунты в социальных сетях с возможностью поделиться информацией landing read. Как лендинг «Энергия успеха» имеет корпоративную информацию, триггеры. Именно эти переходы и ведут к «расширениям» истории, «интерпрета-

тивными сообществом», в которых параллельно раскрывается жизнь и творчество как студенческого сообщества, так и преподавательского.

Энергетика позитивного движения, действия, оптимизма, создаваемая повествованием, вполне соответствует поведенческим установкам и стереотипам как молодежной аудитории, так и может найти отклик у «молодых» родителей, которые еще сохранили «жизненный драйв» и заинтересованы в актуальном и перспективном направлении образовательной подготовки собственных детей.

Коммуникативный перформанс в виде презентации фотосессии преподавательского состава кафедры в разных социальных сетях и предложение по запросу образа для следующих кафедральных фотоэкспериментов силами участников сообществ также создает энергетику раскрепощенности, позитивного публичного самоощущения. Это спланированная PR-коммуникация, ориентированная на создание образа особой креативности в жизни кафедры. Количество отзывов, комментариев и предложений доказывают эффективность этой акции публичного самовыражения по привлечению внимания как профессиональных сообществ, так и необходимых целевых групп.

На эффективность PR-коммуникации расчитано обозначение должности и послужного списка ведущего рассказчика, заведующего кафедрой П. Ф. Сумского, который обладает

должным мастерством публичного выступления и притягательной харизмой. Представленный скан официального документа подписан ректором вуза, это подтверждает правдивость и серьезность намерений кафедры, а приведенные примеры интервью выпускников, успешно развивающихся в профессии, доказывают высокое качество подготовки специалистов, представляют реальные истории успеха. Именно эти факты в настоящее время являются лучшими инструментами убеждения современного PR.

Таким образом, в ответ на запрос научного сообщества кафедра РКТ ЧГИК опробована трансмедийный сторителлинг в продвижении образовательных услуг вуза в новой экономической реальности 2016 г., презентационные возможности подобной мультимедийной истории доказали свою эффективность. Трансмедиа-повествование обеспечивает информированность и узнаваемость бренда, способствует установлению продуктивных отношений с целевой аудиторией, демонстрируя привлекательную систему ценностей для аудитории. На наш взгляд, трансмедиа storytelling ускоряет процесс принятия решений по выбору профессиональной подготовки и при условии положительных результатов может явиться основой для выработки рекомендаций по организации эффективного мультимедийного PR-повествования в современной цифровой среде.

Список литературы

1. «Landing read» РКТ ЧГИК –Вайбель, П. Медиаискусство: от симуляции к стимуляции / П. Вайбель // Логос. – URL: http://logosjournal.ru/arch/82/106_6.pdf.
2. Дворко, Н. И. Трансмедийное повествование в цифровую эпоху / Н. И. Дворко // Прошлое – настоящее – будущее Санкт-Петербургского государственного университета кино и телевидения : материалы Всерос. науч.-практ. конф., 29-30 октября 2013 г. – СПб., 2013. – С. 189–193.
3. Пильгун, М. А. Transmedia Storytelling: перспективы развития медиатекста / М. А. Пильгун // Медиакоп. – 2015. – 30 октября. – СПб., 2013. – С. 189–193.
4. Полонский, А. В. Массмедийность как качество текста современных массмедиа / А. В. Полонский // Медиалингвистика. – 2015. – № 2 (8). – С. 7–16.
5. Сайкс, М. От слайдов к историям: пошаговая методика создания убеждающих презентаций / М. Сайкс, Н. Малик. – М., 2014. – 256 с.
6. Соколова, Н. Л. Трансмедиа и «интерпретативные «сообщества» / Н. Л. Соколова // Междунар. журн. исслед. культуры. 2011. – № 3 (4). – С. 16–21.
7. Сумская, А. С. Теоретико-методологические основания продюсирования трансмедийных продуктов / А. С. Сумская // Вестн. Челяб. гос. ун-та. – 2015. – № 5 (360). Филология и искусствоведение. Вып. 94. – С. 337–343.
8. Шилина, М. Г. Медиатекст в интернете: теоретико-методологические подходы к исследованию / М. Г. Шилина. – URL: http://www.ncfu.ru/uploads/doc/shilina_konfmt.pdf.
9. Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные / под ред. А. Г. Качкаевой. – М., 2010. – С. 59–61.

10. Таранова, Ю. В. Тенденции, технологии и вызовы PR в 2014–2015 гг. / Ю. В. Таранова // Российская школа связей с общественностью. – М., 2015. – Вып. 6. – С. 99–106.

11. Тодорова, О. В. сторителлинг как инновационный PR-инструмент / О. В. Тодорова // Современные проблемы науки и образования. – URL: <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=14130>.

12. Jenkins, H. Convergence Culture: Where Old and New Media Collide / H. Jenkins. – Jenkins, H. Transmedia Storytelling 101 / H. Jenkins. – National Storytelling Network, What is Storytelling?. – URL: <http://www.storynet.org/resources/whatisstorytelling.html>.

13. Phillips, A. A Creator's Guide to Transmedia Storytelling: How to Captivate and Engage Audiences Across Multiple Platforms / A. Phillips. – URL: <http://www.amazon.com/Creators-Guide-Transmedia-Storytelling-Captivate/dp/0071791523>.

Сведения об авторе

Сумская Анна Сергеевна – кандидат педагогических наук, доцент кафедры телевидения, радиовещания и технических средств журналистики, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина. Екатеринбург, Россия.

Anyuta.symskaja@yandex.ru

Bulletin of Chelyabinsk State University. 2016. No. 13 (395).

Philology Sciences. Issue 104. Pp. 117–124.

TRANSMEDIA STORYTELLING IN MARKETING PR-COMMUNICATION

A. S. Sumskaja

*Ural Federal University named after the first President of Russia Boris Yeltsin, Ekaterinburg, Russia.
sumskaja@yandex.ru*

The article acknowledges important role of transmedia storytelling in improvement of audio and visual PR-communication, and actual consumption practices in mass media prove the relevance of transmedia storytelling in modern screen culture and digital media art. Converged text, created by means of various sign systems, is based on several platforms, that gives it features of transmedia and large communication potential as well. The subject of research is multimedia story. It can stimulate the audience's interest not only to a product or a service presented, but also to cooperative activity of all web users that develops the story on different platforms. In this article we investigate and describe experience in testing a transmedia story created in a format of promotion of educational services in a department of the university with artistic orientation. Text generation in this story is realized on the basis of such formats as 'long-read' and 'landing page'. Narration is based on three platforms. 'Interpretive' communities develop within four social networks.

Keywords: *marketing communication, modern screen culture, media art, text generation in a converged area, multimedia story, transmedia and crossplatform storytelling, format, long-read, landing, landing-read, technologically modified media text, interactive narration with gaming elements.*

References

1. Vajbel' P. Mediaiskusstvo: B3 simulyatsii K v stimulyatsii [Media Art: from Simulation to Stimulation]. *Logos. Filosofsko-literaturnyj zhurnal* [Philosophical-Literary Journal]. Available at: http://logosjournal.ru/arch/82/106_6.pdf, accessed 10.03.2016. (In Russ.).

2. Dvorko N.I. Transmedijnoe povestvovanie v cifrovuyu epohu [Transmedia Storytelling in the Digital Time]. *Proshloe – nastoyashchee – budushchee Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo universiteta kino i televideniya : materialy Vserossijskoj nauchno-prakticheskoy konferencii* [Past – Present – Future of St. Petersburg State University of Cinema and Television : Contents of Russian Scientific-Practical Conference]. St. Petersburg, 2013. Pp. 189–193. (In Russ.).

3. Pil'gun M.A. Transmedia Storytelling: perspektivy razvitiya mediateksta [Transmedia Storytelling: Future of the Media Text]. *Mediascope* [Mediascope], 2015, no 3. Available at: <http://www.mediascope.ru/node/1773>, accessed 10.03.2016. (In Russ.).
4. Polonskij A.V. Massmedijnost' kak kachestvo teksta sovremennyh massmedia [Massmedia as a Feature of Media Text]. *Medialingvistika* [Medialinguistics. International Scientific Magazine], 2015, no. 2 (8), pp. 7–16. (In Russ.).
5. Sajks M., Malik N., Vest M. *Ot slajdov k istoriyam: poshagovaya metodika sozdaniya ubezhdayushchih prezentacij* [From Slides to Stories: a Step by Step Method of Creating Convincing Presentations]. Moscow, 2014. 256 p. (In Russ.).
6. Sokolova N.L. Transmedia i «interpretativnye «soobshchestva» [Transmedia and “Interpretive Communities”]. *Mezhdunarodnyj zhurnal issledovaniy kul'tury* [International Journal of Research Culture], 2011, no. 3 (4), pp. 16–Sumskaya A.S. Teoretiko-metodologicheskie osnovaniya prodyusirovaniya transmedijnyh produktov [Theoretical and Methodological Basis of Producing Transmedia Products]. *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta* [Bulletin of Chelyabinsk State University], 2015, no. 5 (360), pp. 337–Shilina M.G. *Mediatekst v internete: teoretiko-metodologicheskie podhody k issledovaniyu* [Media Text on the Web: Theoretical and Methodological approaches to the study]. Available at: http://www.ncfu.ru/uploads/doc/shilina_konfmt.pdf, accessed 10.03.2016. (In Russ.).
7. Kachkaeva A.G. (ed.). *Zhurnalistika i konvergenciya: pochemu i kak tradicionnyye SMI prevrashchayutsya v mul'timedijnye* [Journalistics and Convergence: Why and How Traditional Media Become Multimedia]. Moscow, 2010. Pp. 59–61. (In Russ.).
8. Taranova Yu.V. Tendencii, tehnologii i vyzovy PR v 2014–2015 gg. [Trends, Technologies and Challenges of PR in 2014–2015 years]. *Rossijskaya shkola svyazej s obshchestvennost'yu* [Russian School of PR], iss. 6. Moscow, 2015. Pp. 99–106. (In Russ.).
9. Todorova O.V. Storitelling kak innovacionnyj PR-instrument [Storytelling as an Innovative PR Tool]. *Sovremennye problemy nauki i obrazovaniya* [Modern Problems of Science and Education]. Available at: <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=14..>, accessed 10.03.2016. (In Russ.).
10. Jenkins H. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York, 2006. Pp. 95–96.
11. Jenkins H. *Transmedia Storytelling 101*. Available at: http://henryjenkins.org/2007/03/transmedia_storytelli.
12. *National Storytelling Network, What is Storytelling?*. Available at: <http://www.storynet.org/resources/whatisstorytelling...>
13. Phillips A. *A Creator's Guide to Transmedia Storytelling: How to Captivate and Engage Audiences Across Multiple Platforms*. Available at: <http://www.amazon.com/Creators-Guide-Transmedia-Storytelling-Captivate/dp/0071791523>.

УДК 802/809.1–52
ББК 81.2

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ЗНАЧЕНИЯ ЛЕКСЕМ ПРИ ЗАИМСТВОВАНИИ В СЕМАНТИЧЕСКИХ ПЕРЕХОДАХ

Л. О. Тимошенко

Башкирский государственный университет, Уфа, Россия

Статья посвящена проблеме развития и разграничения смысла у лексем с подвижным понятийным ядром. Рассматривается проблема сдвига смысла при заимствовании из языка в язык и в рамках одного языка в сфере синхронии/диахронии. Проблемы диффузности смысла трактуются автором статьи как прообраз полисемии и потенциал модальности как субъективное выведение смысла слова.

Ключевые слова: *модальность, антропоцентричность, полисемия, интерпретация значения, семантический переход.*

Human beings are not satisfied with reporting odd facts about the world. By various means they comment on what they are saying, they show it in a certain light: they use modality.
Hanning Nolke

Мы ставим целью проанализировать развитие смысла лексем разных семантических явлений: полисемии, синонимии, омонимии, паронимии и омолексии, представленных в едином «потоке» смысла как единый процесс, различающийся степенью интенсивности выражения понятийного ядра, и в качестве гипотезы ставим проблему, как упорядочить полученные признаки, как их сравнить и как увидеть в них ту сеть значений, которая могла бы служить основой для лексико-типологического описания.

Актуальность исследования представляется во «всплеске» интереса к семантике и семантическим явлениям в настоящее время, в разработке лингвистического моделирования и акценте на антропоцентричности, модальности и субъективности как связанных явлений в восприятии и мышлении. Многообразие исследований в данной области отражается в обилии лингвистических теорий семантики, в широком разнообразии терминов. Так, В. А. Плунгян, М. Haspelmath пишут о «склеивании смыслов» М. Vanhove (2008) упоминает *rapprochement sémantique* (семантическое сближение), А. А. Зализняк, Е. В. Рахилина, Т. И. Резникова, С. Д. Шелов, Г. И. Кустова занимались проблемами развития значения сло-

ва, Н. Д. Арутюнова, Р. И. Павленис и другие изучают теорию истинности, теорию смысла.

Наша работа представляет собой опыт семантического моделирования и заключается в представлении развития смысла лексемы как непрерывного семантического процесса, ограниченного рамками семантического перехода с позиций модальности как субъективного восприятия, допускающего разные трактовки явления, а также является анализом последовательного развития значений слов, связи полисемии, паронимии и синонимии. «Любая типологическая гипотеза, пусть и на небольшой языковой выборке, существенно упрощает работу с новым материалом: ее проверка оказывается удобной отправной точкой для внутриязыкового анализа» [12. С. 9]. «Оживление интереса к полисемии в последние десятилетия является одним из закономерных результатов смены ценностей и ориентиров в науке о языке «постструктуралистской эпохи» [8. С. 9].

Проблема истинности всегда волновала ученых разных сфер, ею поверяется жизнеспособность теории, гипотезы. В нашем случае проблема истинности смысла является критерием в оценке отнесенности явлений семантической деривации к полисемии и развитию смысла лексем путем субъективных модальных раз-

мышлений и анализа. «Истина есть одновременно условие и результат выбора» [1. С. 9].

Модальность как проявление субъективности, индивидуальной картины мира с точки зрения аксиологии выводит нас в сферу теории истинности, о которой пишут Н. Д. Арутюнова и Р. И. Павиленис. Вот что пишет по этому поводу Р. И. Павиленис: «Человек понимает языковые выражения и тем самым определяет их осмысленность, “приписывая” слову, предложению, тексту тот или иной смысл, устанавливая ту или иную семантическую связь между ними и отмечая при этом, что некоторые из них описывают мир таким, каков он на самом деле; что другие описывают мир не таким, каков он есть, а каким он был, будет, мог бы или, наоборот, не мог бы быть; что истинность одних выражений влечет или только предполагает истинность других...» [9. С. 35].

Таким образом, проблема заключается в истинности «других миров» – другой модальности, другой субъективности. А. Вежбицкая пишет о важности интерпретации значения, которую можно понимать как модальность: «Во главу угла ставится значение, которое понимается как интерпретация мира человеком. Оно тем самым антропоцентрично и отражает не только (и не столько) объективные черты реальности, а, скорее, культурно значимые способы социального взаимодействия. Различия в сочетаемости определяются различиями в значении» [3. С. 5].

Рассмотрим проблему развития и сдвига значения при заимствовании с точки зрения лингвистического моделирования, выдвигая гипотезу и проверяя ее теорией истинности; учитывая как основные понятийные семы в ядре лексемы-полисеманта, так и второстепенные явления, как-то: словообразовательные аффиксы, контекст, коннотацию, «регистр» употребления.

Можно ли считать семантическую деривацию и дивергенцию семантическим переходом, когда значение А утрачивается, вытесняясь значением В? («Под семантическим переходом понимается наличие некой концептуальной смежности между двумя языковыми значениями А и В, проявляющейся в том, что данные два значения совмещаются в пределах одного слова в широком смысле» [4. С. 33].

В дублетах значения А и В как исходное и производное сосуществуют, но охвачены семантическим переходом и имеют разные сферы употребления; семантическая дивергенция

здесь – в сфере употребления. Скажем, заимствования *буржуй*, *нубориш* и исконно русское слово *повеса* являются дублетами, при том что дублеты – это сосуществование исходного и заимствованного слова с одинаковым значением, но которые могут различаться сферой употребления. Так, *повеса* – слово устаревшее, с оттенком распутства молодого бездельника-богача, с легким негативным оттенком [2], *буржуй* – относится к эпохе пролетарской революции, слово это с явно негативным оттенком, имеющее помету *презрительное* [2], происходит от французской лексемы *буржуа* (*bourgeois*), означающей богатое высшее сословие, и французское слово *нубориш* (фр. *nouveau riche* – букв. *недавно разбогатевший*), означающее «*разбогатевший на спекуляциях богач-выскачка*», имеющее помету *книжное* [2], имеет русский аналог «*новый русский*» с оттенком *молодой богач*.

Что касается условий истинности этих лексем, то их стоит, по А. Вежбицкой, рассматривать с точки зрения модальности, аксиологии и контекста. Каждая из этих лексем имеет право на истинность в определенной модальности, и при смене сферы употребления не по контексту, не по модальности и с нарушением среза синхронии/диахронии приобретет неистинное значение, которое может придать разнообразную коннотацию значению: от иронической, фамильярной, до высокопарной, устаревшей и нелепой.

Традиционно полисемию рассматривают в паре с омонимией как слова со связанными или выводимыми и несвязанными (невыводимыми) значениями. Но мы считаем, что в данном аспекте нельзя обойти проблему паронимии, в частности, неполной паронимии слов с частично совпадающими значениями, как переходного, промежуточного явления между полисемией и омонимией с не столь разнообразным рядом значений. Паронимия (от греч. слов *para* «возле, около» и *опута* «имя») – это ошибочное употребление одного из сходно звучащих, но имеющих разное значение слов вместо другого [6]. Но выделяются и неполные паронимы – когда одно из значений полисемантов совпадает, например, *бедняга* – *бедняк*. У этих лексем общая сема «*несчастья*», но *бедняга* не обязательно означает бедного человека.

Рассмотрим, например, заимствования *вакансия* и *вакация*. *Вакансия* означает свободное рабочее место, а *вакация* – свободное время, каникулы, правда, термин этот устаревший. Семы «*работа*» и «*каникулы*» – кардинально

различающиеся по своим семантическим признакам значения, которые можно даже отнести к семантическим антонимам, но происходят они от общей английской лексемы *vacation*, и общим в их семантике является сема «свобода». Поэтому эти лексемы можно отнести к неполным паронимам.

«Логически обоснованной кажется следующая теоретическая предпосылка: в парах значений сознание рядового носителя русского языка практически не имеет шансов усмотреть связь между двумя явлениями просто в силу банальной нехватки информации энциклопедического характера, и если отсутствующее значение (но при существующем денотате) обыденное языковое сознание еще может реконструировать, то воссоздать сам денотат – едва ли» [5. С. 47].

Какой же вывод напрашивается, если рядовой носитель языка не знает, что перед ним: полисемия, паронимия или омонимия – просто в силу нехватки информации? Нам представляется, что в данных парах значений общая сема должна лежать на поверхности или быть легко выводимой, как, например, в паре *бедняк – бедняга* (общая сема здесь «несчастье»), и такие слова можно относить тогда к неполным паронимам.

Представляет также немалый интерес вскрытие семантических отношений у лексических параллелей, или когнат, которые еще называют в специальной литературе омолексами, как слов со сходным значением, происходящих от общего слова-этимона и при заимствовании в разные языки дивергировавших в семантике. Также представляет интерес семантическая дивергенция и в одном языке. «Существенной чертой человеческого мышления является способность установления связей между разнообразными явлениями окружающего мира» [15. С. 7].

Рассмотрим, к примеру, омолекс-заимствование *альбом* из словаря лексических соответствий европейских языков [14]:

| Русский язык | Английский язык | Французский язык | Немецкий язык |
|---|--|--|---|
| Альбом < фр. album < лат. album (откр. лист по сбору подписей) | Album, XVII с. < L. albus blank white tab- let) | Album, 1700 < al- lemande album (livre blanc) < lat. albus | Album < lat. album (weiBe Tafel für Aufzeich- nungen) < lat albus (weiB) |

Как видим, у лексической параллели или соответствия *альбом* общий этимон в четырех языках – латинское слово *albus*, что значит *белый*. Русская лексема происходит от французской, а во французском языке – происходит от немецкой, означающей *пустая книга, тетрадь*. Исторически в русском языке *альбом* означал *открытый лист по сбору подписей* (сведения подобраны из этимологических и толковых словарей четырех языков). В современном русском языке *альбом* может означать и пустую книгу для рисунков определенного формата, и *альбом рисунков*. В классической литературе XVIII–XIX вв. встречаем упоминания об альбомах светских дам в салонах, куда модники и модницы писали замечания, эпиграммы, оставляли рисунки, иногда анонимно. Так, например, читаем у А. С. Пушкина в стихотворении «В Альбом»:

Пройдет любовь, умрут желанья;

Разлучит нас холодный свет;

Кто вспомнит тайные свиданья,

Мечты, восторги прежних лет?..

Позволь в листах воспоминанья

Оставить им свой легкий след.

Или «В Альбом к Илличевскому»:

«Не властны мы в судьбе своей,

По крайней мере, нет сомненья,

Сей плод небрежный вдохновенья,

Без подписи, в твоих руках

На скромных дружества листках

Уйдет от общего забвенья... [11. С. 160–161].

Мы наблюдаем семантическую дивергенцию в срезе синхронии/диахронии у лексической параллели *альбом* в русском, английском, французском и немецком языках. Представляет интерес, всегда ли отклоняется смысл при заимствовании в другие языки или в последующие эпохи в одном языке. В свете вышеизложенного нам представляется, что, если слово редкое или заимствованное из другого языка, у него очень вероятны семантические изменения, семантическая деривация. Данная статья занимается лишь постановкой вопроса о семантической связи различных явлений разных аспектов или языков, ни в коей мере не претендуя на выведение окончательных решений в такой сложной сфере, как семантическая дивергенция, а лишь выдвигая гипотезы, которые еще стоит проверить.

Так, напрашивается вывод о связи таких явлений, как полисемия, паронимия и омонимия на примере лексических соответствий или параллелей в разных европейских языках.

Сходный процесс семантической дивергенции наблюдается не только в межъязыковом плане, но и в рамках одного языка в синхроническо-диахроническом плане (см. анализ паронимов *бедняк – бедняга*). Какому же из этих процессов отдать предпочтение в плане словообразования и семантического изменения слов, какой из способов является наиболее продуктивным в плане обогащения словарного состава языка?

Современная лингвистическая тенденция делает упор не столько на количественные данные выборки, сколько на связь и выводимость явлений, новизну гипотез, индивидуальную, субъективную трактовку явлений и представление их в сфере определенной модальности. Как отмечает Н. Д. Арутюнова в свете теории истинности, существует проблема истинности «*другого мира*».

«Истинная информация способна не только «*намеренно*» воздействовать на адресата, побуждая его к модальной оценке положения дел, но и сама нести следы ее восприятия, переживания и осознания говорящим. Таким образом, обычное сообщение превращается в полифоническое», – пишет Н. К. Рябцева [13. С. 140].

Семантический переход как исторический термин, начавший применяться в сфере лингвистики, трактуется нами здесь шире, чем просто вытеснение значения А значением В в силу сдвига значения, а как «*коридор*» или «*поток*», направляющий движение и развитие значения. «Семантический переход – это, прежде всего, смена конструкции. Семантический переход как расширение понятия полисемии» [4. С. 33].

«Типологию семантических переходов интересует не системность внутри одного языка, а воспроизводимость в разных языках» [13. С. 141].

«Термин *семантический переход (semantic shift)* пришел из исторической лингвистики, где он понимается диахронически, то есть как свидетельство семантической эволюции. Семантическая эволюция обычно происходит таким образом, что у некоторого слова, имеющего значение А, появляется контекстно обусловленное значение В, значение А исчезает, а В освобождается от контекстной зависимости. При семантическом переходе главное – не факт порождения нового значения, а совмещение некоторых значений в пределах одного слова» [4. С. 35].

Именно факт совмещения и пересечения значений в рамках одного слова является отправной точкой наших исследований в обла-

сти развития значения и типологизации слов в полисеманты, синонимы, паронимы, омонимы или омолексы. Рассматривая эти явления в непрерывном потоке модификации значения, а не дискретно, обособленно, приходим к необычным выводам об общности описываемых лингвистических явлений, которые мы рассматриваем с точки зрения аксиологии.

«Отдельные значения признаков настолько связаны друг с другом, что образуют устойчивые гештальты, и тип одного аргумента часто задает характеристики остальных» [12. С. 11].

Нам думается, что паронимию можно понимать как вариант синонимии. Люди изначально часто путают слова, считая их синонимами – это можно назвать поверхностной синонимией бытового сознания, как, например, лексемы *биография* и *библиография*, *абонент* и *абонемент*; а с другой стороны, «мы будем считать два термина вариантами, если при формальной и понятийной общности их специальное «*понятийное ядро*» совпадает, а все формальные или семантические различия между ними можно объяснить регулярными сдвигами их значения как единиц общего языка», как в случае с паронимами *бедняк* и *бедняга*. Вся разница здесь в степени различия сем ядра понятия. Так, даже у заимствований *биография* и *библиография* можно обнаружить общую сему *графо – пишу*; разница вариантов здесь в понятийной значимости сем и в степени их общности и сходства. Именно общность значимых сем представляется нам кардинальным фактором в разграничении паронимии, синонимии, полисемии и омонимии.

С. Д. Шелов пишет о диффузности языковых значений: «Свойство размытости, диффузности языковых значений – фундаментальная закономерность языковой семантики общего языка, которая онтологически предшествует семантике терминологической» [15. С. 10]. В приложении к проблеме семантической дивергенции и полисемии можно сказать, что диффузность значений является прообразом полисемии.

«Неосознанная фиксация признаков объекта происходит в выделении «пучка свойств», о котором говорит Дж. Серль» [10. С. 67].

Н. Д. Арутюнова вводит термин «*несобственная деривация*» об общем смысловом инварианте. А мы отнесем к этому семантические дивергенты с общей семой – будь то полисеманты, синонимы или неполные паронимы.

Таким образом, мы попытались раскрыть значение разных семантических терминов, от-

носящихся к проблеме разграничения полисемии и других семантических явлений в их общих и особенных чертах, затронув понятия сдвига значения при заимствовании из языка в язык, сдвига значения в срезе синхронии/диакронии, когда слово меняет свой «регистр», например, становится устаревшим, как лексема *альков*, или ироническим, как, например, лексема *буржуй*. Мы также затронули понятия омонимии, паронимии, синонимии, дублетности, полисемии в рамках более общего фона семантических переходов и пришли к выводу о разной степени общности понятийного ядра лексем, наличия того или иного количества общих сем и сопутствующих им понятий «регистра», коннотации, формальных общих аффиксов как критерия отнесения лексем к тем или иным вышеуказанным категориям.

«Заимствование никогда не было преобладающим над такими способами, как словообразование и семантическое изменение слов» [7. С. 185]. Тем не менее, это, пожалуй, самый неисследованный пласт средств развития значения на межъязыковом уровне.

Подтверждение нашей гипотезы и теории истинности в семантическом плане нам видит-

ся в правильном – «по регистру» – употреблении слова с ясным, устоявшимся или ассимилировавшимся при заимствовании значением.

«Ценностное осмысление сообщения происходит, когда адресат сопоставляет новую информацию со сложившимися представлениями о нормах, правилах, требованиях, о должном и возможном, вписывает ее в этический или причинно-следственный контекст» [13. С. 140].

«Качественные признаки практически всегда одноместны, причем кодирование их единственного участника достаточно единообразно» [12. С. 12].

Таким образом, мы изучаем понятия полисемии, синонимии, паронимии, омонимии и омолексии в рамках единого потока смысла, или «коридора» смысла, который также можно понимать как семантический переход, или последовательная смена значений или, точнее, их оттенков. Автор статьи приходит к выводу о единой природе процессов развития смысла слова, которые до этого понимались кластерно, как «пучки» сходных явлений.

Список литературы

1. Арутюнова, Н. Д. Истина и истинность в культуре и языке / Н. Д. Арутюнова. – М., 1995. – 199 с.
2. Большой толковый словарь русского языка / под ред. С. А. Кузнецова. – СПб., 2004. – 1535 с.
3. Вежбицкая, А. Семантика грамматики / А. Вежбицкая. – М., 1992. – 31 с.
4. Зализняк, А. А. Семантический переход как объект типологии / А. А. Зализняк // Вопр. языкознания. – 2013. – № 2. – С. 32–52.
5. Качурин, Д. В. Проблема разграничения омонимии и полисемии применительно к практике составления толковых словарей / Д. В. Качурин // Изв. Рос. акад. наук. – 2014. – № 2. – Т. 73. Литература и язык. – С. 44–54.
6. Колесников, Н. П. Словарь паронимов русского языка / Н. П. Колесников. – Ростов н/Д., 1994. – 344 с.
7. Крысин, Л. П. Иноязычные слова в современном русском языке / Л. П. Крысин. – 1968. – 208 с.
8. Кустова, Г. И. Типы производных значений и механизмы языкового расширения / Г. И. Кустова. – М., 2004. – 472 с.
9. Павиленис, Р. И. Проблема смысла / Р. И. Павиленис. – М., 1983. – 285 с.
10. Пеньковский, А. Б. Тимиологические оценки и их выражение в целях уклоняющегося от истины умаления значимости / А. Б. Пеньковский // Истина и истинность : сб. ст. / под ред. Н. Д. Арутюновой. – М., 1995. – С. 36–41.
11. Пушкин, А. С. Сочинения в трех томах / А. С. Пушкин. – М., 1985. – Т. 2. – 735 с.
12. Рахилина, Е. В. Фреймовый подход к лексической типологии / Е. В. Рахилина, Т. И. Резникова // Вопр. языкознания. – 2013. – № 2. – С. 3–32.
13. Рябцева, Н. К. Истинность в субъективно/модальном контексте / Н. К. Рябцева // Истина и истинность : сб. ст. / под ред. Н. Д. Арутюновой. – М., 1995. – С. 139–151.

14. Тимошенко, Л. О. Словарь лексических соответствий европейских языков (русского, английского, французского, немецкого) / Л. О. Тимошенко. – Уфа, 2012. – Т. 1. – С. 17.

15. Шелов, С. Д. О вариативности и синонимии в терминологии / С. Д. Шелов // Изв. Рос. акад. наук. – 2014. – № 5. – Т. 73. Литература и язык. – С. 3–18.

Сведения об авторе

Тимошенко Людмила Олеговна – кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков гуманитарных факультетов, Башкирский государственный университет. Уфа, Россия.

lyudmila.timosh@mail.ru

Bulletin of Chelyabinsk State University. 2016. No. 13 (395).

Philology Sciences. Issue 104. Pp. 125–131.

THE PROBLEMS OF LEXICAL SENSE DEVELOPMENT WHILE BORROWING IN SEMANTIC SHIFTS

L. O. Timoshenko

Bashkir State University, Ufa, Russia. lyudmila.timosh@mail.ru

The present article is devoted to the problem of sense development and differentiation in the lexemes with mobile conceptual core. The problem of sense shift is analyzed both in the framework of borrowing from language to language and in a single language in the sphere of synchrony/diachrony. The problems of sense diffusion are rendered by the author of the article as a prototype of polysemy and the potential of modality as a subjective deduction of the word meaning. The author studies the issues of polysemy, synonymy, paronymy, homonymy and homolexy as a single “current” of sense, or “the corridor” of sense, which can be also understood as a semantic shift, or a successive change of meanings, or, precisely, their tints. The author of the article comes to the conclusion about the uniformal nature of the processes of sense development in a word, which before were understood as “clusters” of related phenomena. The key notions of the article are represented from the point of view of modality, subjectivity the axiological system and the theory of truth, whereas the author postulates the possibility of “other” modality and “other worlds”. Partial paronymy is studied here as part of polysemy from the point of view of initial diffusion of meanings, and also it can be rendered as superficial synonymy.

Keywords: *modality, anthropocentrism, polysemy, interpretation of meaning, semantic shift.*

References

1. Arutyunova N.D. *Istina I istinnost' v kul'ture I yazyke* [The truth and verity in culture and language]. Moscow, 1995. 199 p. (In Russ.).
2. *Bol'shoy tolkovyi slovar' russkogo yazyka* [The Great Explanatory Dictionary of the Russian Language]. Saint Petersburg, 2004. 1535 p. (In Russ.).
3. Wierzbicka A. *Semantica grammatiki* [The semantics of grammar]. Moscow, 1992. 31 p. (In Russ.).
4. Zaliznyak A.A. Semanticheskiy perekhod kak object typologii [Semantic shift as an object of typology]. *Voprosy yazykoznaniiya* [Issues of linguistics], 2013, iss. 2, pp. 32–52. (In Russ.).
5. Kachurin D.V. Problema razgranicheniya omonimii i polisemii primenitel'no k praktike sostavleniya tolkovykh slovarey [The problem of differentiating of homonymy and polysemy as to the practice of compiling explanatory dictionaries]. *Izvestiya Rossijskoj akademii nauk* [The proceedings of the Russian Academy of Sciences], 2014, vol. 73, iss. 2, pp. 44–54. (In Russ.).
6. Kolesnikov N.P. *Slovar' paronimov russkogo yazyka* [The dictionary of paronyms of the Russian Language]. Rostov-on-Don, 1994. 344 p. (In Russ.).
7. Krysin L.P. *Inoyazychniye slova v sovremennom russkom yazyke* [Foreign words in Modern Russian]. 1968. 208 p. (In Russ.).

8. Kustova G.I. *Tipy proizvodnykh znacheniy I mekhanizmy yazykovogo rasshireniya* [Types of derivative meanings and mechanisms of language expansion]. Moscow, 2004. 472 p. (In Russ.).
9. Pavilyonis R.I. *Problema smysla* [The problem of sense]. Moscow, 1983. 285 p. (In Russ.).
10. Pen'kovskiy A.B. Timiologicheskiye otsenki I ikh vyrazheniye v tselyakh uklonyayushchego-sya ot istiny umaleniya znachimosti [Timiological evaluations and their expression aimed at the minorization of value, deviating from the truth]. *Istina I istinnost'* [The truth and verity]. Moscow, 1995. Pp. 36–41. (In Russ.).
11. Pushkin A.S. *Sochineniya v truoakh tomakh* [Compositions in three volumes], vol. 2. Moscow, 1985. Pp. 160–161. (In Russ.).
12. Rakhilina Ye.V., Reznikova T.I. Freimovyi podkhod k leksicheskoy tipologii [Frame approach to lexical typology]. *Voprosy yazykoznaniiya* [Issues of linguistics], 2013, iss. 2, pp. 3–32. (In Russ.).
13. Ryabtseva N.K. Istinnost' v subjektivno/modal'nom kontekste [Verity in the subjective/modal context]. *Istina I istinnost'* [The truth and verity]. Moscow, 1995. Pp. 139–151. (In Russ.).
14. Timoshenko L.O. Slovar' leksicheskikh sootvetstviy yevropeiskikh yazykov (russkogo, angliiskogo, frantsuzskogo, nemetskogo) [The dictionary of lexical correspondences in European languages (Russian, English, French, German)], vol. 1. Ufa, 2012. 300 p. (In Russ.).
15. Shelov S.D. O variativnosti I sinonimii v terminologii [On variability and synonymy in terminology]. *Izvestiya Rossijskoj akademii nauk* [Proceedings of the Russian Academy of Sciences], 2014, vol. 73, iss. 5, pp. 3–18. (In Russ.).

УДК 811

ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ УСТОЙЧИВЫХ ЕДИНИЦ В УЗБЕКСКОМ И АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКАХ

Г. Э. Хакимова

Узбекский государственный университет мировых языков, Ташкент, Узбекистан

Статья посвящена семантическим и лингвокультурологическим особенностям фразеологических единиц в английском и узбекском языках. Этимологические и культурные особенности фразеологических единиц рассмотрены на примере узбекского и английского языков.

Ключевые слова: *фразеология, образования, этимология, языки, фразеологизмы, функция, формирования, предложения.*

Фразеологическая система в каждом языке имеет свои особенности и отличается от лексической системы по способу образования своих единиц, так как фразеологизмы состоят из слов и по своей структуре равны словосочетанию или предложению. А то, что слова и фразеологизмы могут использоваться в качестве предложения, является их общим сходством. Однако единицы фразеологической системы по своему структуральному виду, а некоторые и по функциям близки к уровню предложения.

Если исходить из постоянной взаимосвязи всех системообразующих элементов в языке, то можно утверждать, что фразеологизмы формируются на основе единиц нижнего яруса, то есть посредством интеграции слов. С точки зрения верхнего яруса сами фразеологизмы, как и слова, превращаются в части, составляющие предложение. Как отмечает в своих работах один из видных ученых лингвистов, исследовавших эту тему, М. Умарходжаев, предложения непосредственно интегрируют фразеологизмы, а свободные словосочетания вносят слова в предложения, так как свободное словосочетание в качестве посредника между словом и предложением играет особую роль в том, чтобы слово превратилось в конституэнт предложения. Фразеологизмы входят в предложение в готовом виде так же, как и слово, в форме языковой единицы или синтагмы.

Исходя из вышесказанного, можно отметить, что фактически существующая фразеологическая система языка лингвистически отличается своими знаковыми особенностями. Единицы фразеологической системы благодаря тому, что имеют изоморфные признаки, сходные с особенностями единиц всех языко-

вых уровней, являются компонентом, расположенным между лексемой и предложением.

Кроме того, фразеология имеет свою парадигматику (синонимы, антонимы, семантико-синтактические варианты, фразео-семантические группы) и синтагматику (фразы в форме словосочетания), валентность и дистрибуцию (фразеологическая деривация), они формируют полноценную систему в результате взаимодействия. Следовательно, фразеологизмы, как и слово, выполняют в языке функции средства коммуникации и задачи по функциональной номинации. Еще одной их особенностью является наличие в них элементов как нижнего, так и верхнего уровня.

Если значение слова связано с составляющей его суммой морфем, (принадлежность к определенной части речи, валентность и дистрибуция, денотативно-сигнификативная зависимость), то в фразеологизмах это явление имеет иной характер. По сути, фразеологизмы являются переносно направленной денотативно-сигнификативной целостностью, основанной на интеграции значений составляющих его компонентов. На основе интеграции фразеологизмов в языке возникает новая единица целостного значения. Вместе с тем некоторые интегрированные компоненты фразы, а иногда и все компоненты теряют свои основные свойства.

Чем выше уровень интеграции, тем дальше удаляются от своего первоначального значения слова, составляющие фразеологизмы, и наоборот, чем ниже уровень интеграции, тем ближе фраза будет к свободному словосочетанию и свободному предложению.

Обратимся к анализу языкового материала, иллюстрирующего справедливость приведенных выше теоретических тезисов. При этом

наша основная задача – не изучение структурных или семантических особенностей ФЕ в узбекском языке, потому что они достаточно подробно изучены на различном языковом материале. Здесь мы ставим целью анализ лингвокультурных аспектов ФЕ. Лингвокультурные аспекты обычно реализуются посредством проявления прагмалингвистических аспектов в дискурсе.

К числу прагмалингвистических аспектов ФЕ, проявляющихся в дискурсе, можно отнести следующие:

1. ФЕ выражают в дискурсе модальные отношения.
2. ФЕ обнаруживают в дискурсе моральные критерии.
3. ФЕ проявляют в дискурсе интеллектуальные критерии.
4. ФЕ выражают в дискурсе эстетический критерий.
5. ФЕ отражают в дискурсе динамический критерий.
6. ФЕ обнаруживают в дискурсе критерий нормативности.
7. ФЕ выражают в дискурсе критерий эмоциональности.
8. ФЕ проявляют в дискурсе критерий годности.

Рассмотрим с этой позиции некоторые ФЕ в узбекском и русском языках.

В узбекском языке есть устойчивое сочетание *“Тилда тишлаб, орқада опичлаб”* (буквально: прикусив на языке, нося на закорках), оно означает беречь, как зеницу ока. К примеру: *Мен бу болани тилимда тишлаб, орқамда опичлаб катта қилдим* (узбекско-русский словарь). То, что культурная концептосфера одной национальности резко отличается от другой, особенно ярко проявляется в значениях ФЕ, их переводе в словарях.

Если брать конкретно этот случай, то в русской культуре в частности и в европейской культуре в целом кусать ребенка воспринимается как дикость. Поэтому на русский язык эта фраза в словаре переведена следующим образом: *«Я вырастил этого ребенка, постоянно заботясь о нем и всячески оберегая»*. Здесь вообще не упоминаются слова «тишлаш» – прикусить, «опичлаш» – носить на закорках, так как в европейской культуре носить кого-либо на закорках не считается чем-то позитивным. Исключения могут быть только в том случае, когда санитары выносят на закорках раненых солдат с поля боя.

В азиатской культуре, в частности, в китайской, японской, корейской – здоровый человек вполне может носить другого на закорках. В европейской культуре матери носят ребенка на руках, большей частью в специальных приспособлениях, а не на закорках.

В узбекском языке есть устойчивое выражение *“Томдан тараша тушгандек”* (буквально: как будто с крыши упала чурка). Оно означает **неожиданно**. Например: *«Томдан тараша тушгандек қилиб, сельпо раиси Авазматов мени тўсатдан ишдан бўшатиб юборди»*. («Таббасум», сборник).

В узбекской культуре издревле дома строились с плоской крышей и замазывались глиной. Жаркими летними ночами на крыше можно было спать, на ней можно было сушить фрукты, в некоторых случаях на крыше раскладывали небольшие стога сена. Большого груза не клали, потому что крыша могла не выдержать. Чурка – это кусок древесины, появляющийся при расколе дров. Никто не будет колоть дрова на крыше, поэтому на крыше чурка не может появиться и тем более упасть с нее на землю. То есть вероятность происшествия равна нулю. Основной элемент этой ФЕ – плоская крыша. В европейской, в том числе в английской культуре, крыши не бывают плоскими. Кто же будет строить плоские крыши в климате, изобилующем осадками? Следовательно, ни у кого в мыслях не может зародиться идея о том, чтобы колоть дрова на крыше. Таким образом, появление ФЕ обусловлено своеобразными аспектами бытовой культуры того или иного народа.

Узбеки живут в жарком и сухом климате, поэтому плоские крыши домов – обычное дело. Плоская, обмазанная глиной крыша сохраняет дом и людей летом от жары, а зимой от холода. В качестве доказательства всего сказанного достаточно привести русский перевод вышеназванной фразы:

«Председатель сельпо Авазматов ни с того, ни с сего вдруг взял да и отстранил меня от работ».

В переводе сам фразеологизм отсутствует, а его значение передано простыми словами при помощи их свободного сочетания.

Стереотипы поведения героев могут быть разными в различных культурах, что можно видеть и в следующих примерах.

Например: значение фразы *“Тузоқ узиб кетмоқ”* можно перевести как «убежать всякими способами», в русском варианте ФЕ звучит следующим образом: *«Из тех, кто отгры-*

зет себе лапу и уйдет из капкана». В узбекской культуре лиса может разорвать сети капкана, а в европейской лиса отгрызет себе лапу и сбегит. Почему? Потому что на востоке капканы делают из веревок или кожи, а в европейской культуре – из железа. Веревку или кожаные плети можно отгрызть, но не железо. Поэтому единственный способ спастись из капкана – это отгрызть собственную лапу. Эта разница в культурах полностью отражена с помощью языковых средств.

“*Туя гўшти емоқ*” – съесть мясо верблюда. Данная ФЕ означает очень медленное выполнение действия, затягивание процесса. Например: «*Қанийди, ўзимиздаги туя гўшти еган ҳаммом ишга тушса-ю, биз бу ташишлардан қутулсак*» (Из журнала “Муштум”).

Эта ФЕ соответствует русской фразе «*черепашьим шагом*», а на английском фразе ‘*till the cows come home*’. В русском языке это значение передается с помощью образа черепахи, а в английском – коровы. Это обусловлено своеобразием ареала обитания, быта и существования народа. Англичане и русские живут в северных регионах с достаточно холодным климатом. Это в качестве первичного признака проявляется в номинации традиционных понятий, формировании первичных форм слов и выражений. В холодном ареале не могут обитать верблюды, однако можно встретить некоторые виды черепах. Медленное движение присуще черепахе и русские используют образ этого животного, говоря о медлительности.

В ареале узбекской лингвокультуры тоже есть черепаха, она и в этом языке означает медлительность. Но в этом контексте она используется только как синоним концепта верблюд.

Именно с этой точки зрения такие фразы, существующие в узбекской концептосфере, как “*Туянинг думи ерга текканда*” (когда хвост верблюда коснется земли), “*туяни ют, лекин думи озгиндан кўриниб турмасин*” (проглотил верблюда, но так, чтобы его хвост не был виден из твоего рта). “*Туя сўйиб, чорласанг ҳам келмайди*” (не придет, даже если позовешь, зарезав верблюда и организовав пир), “*Туя қанча бўлса – яғрини шунча*” (Какое верблюду, такова и его спина). Они чужды европейской культуре, потому что, не зная о повадках верблюда, человек не знает и о признаках, связанных с ним.

Но этот вывод нельзя назвать абсолютно верным. Потому что некоторые животные, не встречающиеся в Англии, тем не менее превра-

тились в объект ФЕ. Например: *to shed crocodile tears* – проливать крокодильи слезы: «*Take no notice of her crocodile tears. She is not in the less concerned about your injury*» (W. Saroyan).

Как известно, проглотив добычу, крокодил льет слезы. Те, кто не знает физиологических причин этого явления, ошибочно думают, что хищник плачет от жалости к проглоченной жертве. На самом деле причина в том, что после сытной еды в организме животного начинают работать все органы и железы, в том числе и те, которые отвечают за слезотечение. Именно с помощью слез крокодил избавляется от инфекций, занесенных вместе с добычей. Это доказано наукой. Причиной появления этой ФЕ в английском языке явилось то, что в период колониализма англичане захватили большие территории в Азии, Африке, Северной Америке и Австралии. Знакомство с природой тех краев и стало причиной возникновения такого рода фразеологизмов.

Рассмотрим еще один пример. Фраза “*to work like a horse*” – переводится на русский фразой «*работать, как лошадь*», а на узбекский язык: «*работать, как осел*». Дело в том, что среди простого узбекского народа ишак, то есть осел, был более распространен, чем лошадь – животное дорогое, которое могли себе позволить состоятельные люди и слуги богатых вельмож. Лошадь не выполняла работу осла и большей частью служила только транспортным средством для богатых. А вся черная работа выполнялась с помощью ишаков, которых запрягали в повозки и телеги, навьючивали грузы, заставляли вращать мельничные колеса. Лошадей было сравнительно меньше, чем ослов, их мясо считалось съедобным, поэтому к лошадям было иное отношение, чем к ишаку.

Выше мы проанализировали ФЕ с названиями животных в составе, теперь рассмотрим лингвокультурные аспекты ФЕ, чьи компоненты по семантическому значению принадлежат к другим группам.

“*Кўз бўямоқ*” (буквально: красить глаза) – семантический компонент ФЕ, на первый взгляд кажется, что он должен иметь общечеловеческий характер, однако это не всегда так. Например: “*Йўқолинглар, ифлослар, бизнинг кўзларимизни бўяй олмайсизлар, сизга бу ерда ўрин йўқ*” (Убирайтесь, мерзавцы, вы не сможете пудрить нам мозги, вам здесь не место). В английском языке есть фраза “*to throw dust in someone’s eye*” – обманывать, «пудрить мозги» и так далее.

Обычно лингвисты не обращают внимание на изучение лингвокультурных ФЕ, сходных по значению, а, скорее, стремятся искать ФЕ экзотического характера. Такое стремление нельзя назвать неправильным. Однако при изучении разницы в культуре основное внимание нужно уделять не поиску концептов, имеющихся в одном языке и отсутствующих в другом, а имеющихся в обоих языках, но проявляющихся по-разному.

В узбекском языке, как и в английском, ФЕ выражают модальные значения между различными субъектами, участвующими в дискурсе. Точнее, говорящий может выразить свое отношение к объекту или лицу, о которых идет речь; то есть это в мини-контекстах может выражать значения вероятности, возможности, обязательности. Например, *“Кичкина деманг бизни, кўтариб урамиз сизни”* (не говорите, что мы маленькие, мы вас поднимем и ударим оземь), – в этой ФЕ выражается физическая и интеллектуальная способность, то есть это означает, что «у нас достаточно сил и ума, чтобы победить в этом споре».

“Кемага тушганнинг жони бир” (У тех, кто попал на корабль, жизнь и душа одна). Эта ФЕ выражает значение неизбежности. То есть исход этого положения точно известен.

Это только некоторые из модальных значений, выражаемых ФЕ. Значение неизбежности можно видеть также в таких фразеологизмах, как *“Етимнинг оғзи ошга етганда бурни қонайди”* (только начнет сирота есть плов, как у него обязательно кровь из носа пойдет), *“Иши йўқ ит сузорар”* (бездельник от безделья собаку поит), *“Тешик қулоқ эшитади”* (ухо дырявое, обязательно услышит), *“Хатга тушидинг – ўтга тушидинг”* (попал в список – попал в огонь).

Еще один из концептов, реализованных в ФЕ, – это моральный критерий, и эта прагматическая функция также достаточно широко распространена в ФЕ.

Например: *“Қир қўйлакка кишан ёқа”* (к грязной рубашке кандалы воротник), *“Айтмаган жойга йўнмаган таёқ”* (не ходи туда, куда не приглашали), *“Алдагани бола яхши”* (обманывать лучше ребенка), *“Онасини кўр, қизини ол”* (Посмотри на мать и женись на дочке), *“Аравасига тушидингми ашуласини ҳам айтасан”* (Раз уж ты сел в его телегу, то будешь ему подпевать) и так далее.

Очередной прагматический параметр – интеллектуальный критерий, согласно

которому говорящий с помощью ФЕ дает рациональную оценку чему-либо, будь то человек, какое-либо качество или отношения. Например: *“Бақироқ туянинг бори яхши, бақириб тургани ундан-да яхши”* (хорошо, что есть крикливый верблюд, а то, что он временами покрикивает – еще лучше). *“Дўппини олиб қўйиб бир ўйламоқ”* (снять тубетейку и подумать хорошенько), *“Ёлгонни сувдек симиради”* (пьет ложь, как воду), *“Зар қадрини заргар биледи”* (цену золоту знает ювелир), *“Ипидан игнаси-гача”* (от корки до корки), *“Калласи ишлайди”* (котелок варит). *“Йўлга солмоқ”* (направить на путь истинный).

Следующий прагматический параметр – это эстетический критерий, достаточно широко распространенный в мире ФЕ. Например: *“Итнинг туваги олтин”* (у собаки даже горшок золотой), *“Дўпписи яримта”* (у него половина тубетейки), *“Даққи Юнусдан қолган”* (допотопный, оставшийся со времен царя Гороха), *“Ганга пишган”* (язык хорошо подвешен), *“Егани олдинда емагани кетида”* (то, что съел – перед ним, то, что не ел – позади него, то есть очень благополучный), *“Етти қовун пишшиги”* (до этого есть еще семь сезонов сбора дынь) и так далее.

При прагматической категоризации динамическим критерием служит действие, отраженное в ФЕ. Примеров тому немало.

Например: *“Хамирдан қил сугургандек”* (легко, как вытянуть волосок из теста), *“Хўкизининг қулогига танбур чертмоқ”* (играть на музыкальном инструменте перед ушами вола), *“Хода ютган”* (проглотивший бревно), *“Эшикдан ҳайдасанг деразадан киради”* (прогонишь в дверь – залезет в окно).

Проявление прагматических категорий в ФЕ – это норма для семантической системы языка. В ФЕ люди, животные, вещи или явления номинированы с позиции нормы. Например: *“Зигирдек кичик”* (маленький, как льняное семечко), *“Зуваласи бир жойдан олинган”* (два сапога пара), *“Зигир ёғи ичган одамдек”* (как человек, выпивший льняное масло), *Зигир ёғи ичмаганда бўғилиб гапирмасди* (если бы не выпил льняного масла, не стал бы так хрипеть). *“Ишлар миҳдек”* (дела хороши как гвоздь) и так далее. Точнее, если состояние в норме, то никто его не стал бы его оценивать, описывать или давать эмоционально-экспрессивную оценку.

Все дело в том, что понятие нормы в различных культурах разное. Исходя из этого

представители различных культур, по-разному оценивают одну и ту же ситуацию. Например, в узбекском языке есть ФЕ “*Меҳмон отангдан улуг*” (гость выше, чем отец), однако в европейской культуре гость не возвеличивается настолько, поэтому ФЕ, связанные с гостем, встречаются редко.

Рассмотрим еще одну ФЕ, демонстрирующую культурные различия. В английском языке есть ФЕ “*to make a confession*”, означающее покаяние. Оно имеет два синонима: 1) *to come clean* (очиститься); 2) *to make a clean breast* (очистить душу).

Покаяние у христиан обычно совершается в церквях, в специальных помещениях, где работник церкви не может увидеть пришедшего покаяться в грехах человека. Представитель духовенства и человек не видят друг друга и разговаривают через окошко. Гарантируется

тайна покаяния. Но в некоторых случаях служители церкви нарушают это правило и доносят в соответствующие инстанции то, что должно было сохраняться в тайне и в результате человек, который каялся в грехах, может пострадать.

В узбекской и исламской культуре в целом такого нет. Те, кто хотел бы покаяться в грехах, не ходят к представителям духовенства, а совершают покаяние во время намаза, читая специальные молитвы про себя.

В последнее время некоторые молодые узбекские литераторы пытаются представить в своих произведениях нечто подобное, когда их герои каются в грехах. Но это не что иное, как подражание западной культуре. Из всего сказанного видно, что культурные особенности укоренены в сознании народа намного глубже, чем думают лингвисты.

Список литературы

1. Маслова, В. А. Лингвокультурология / В. А. Маслова. – М., 2004. – 204 с.
2. Умарходжаев, М. И. Основы фразеологии / М. И. Умарходжаев. – Т., 1983. – 144 с.
3. Шмелева Т. М. Существительные полиэталонны в английских устойчивых сравнениях / Т. М. Шмелева // Актуальные проблемы психолингвистики. – Тверь, 1996.
4. Раҳматуллаев, Ш. Ўзбек тилининг қисқа этимологияси / Ш. Раҳматуллаев. – Т., 2003. – 485 б.
5. Хакимова, Г. Э. Фразеологик бирликлар этимологиясининг когнитив аспекти / Г. Э. Хакимова // УзМУ хабарлари. – 2014. – № 5. – Б. 3–41.
6. Smith, W. Y. The Oxford Dictionary of English proverbs / W. Y. Smith. – Oxford, 1936.
7. The American Heritage Dictionary of the English language. – Boston, 2010.

Сведения об авторе

Хакимова Гулсара Эгамназаровна – кандидат филологических наук, старший научный сотрудник, соискатель кафедры теории и практики перевода, Узбекский государственный университет мировых языков. Ташкент, Узбекистан.

rasulova82@mail.ru

*Bulletin of Chelyabinsk State University. 2016. No. 13 (395).
Philology Sciences. Issue 104. Pp. 132–137.*

LINGUISTIC AND CULTURAL ANALYSIS OF SUSTAINABLE UNITS IN THE UZBEK AND ENGLISH LANGUAGES

G. E. Khakimova

Uzbek State World Languages University, Tashkent, Uzbekistan. rasulova82@mail.ru

The article is devoted to the semantic and lingvocultural features of phraseological units in English and Uzbek. Etymological and cultural features of phraseological units are exemplified in Uzbek and English.

Keywords: *phraseology, etymology, languages, phraseological units, function, formations, sentence.*

References

1. Maslova V.A. *Lingvokul'turologiya* [Linguoculture]. Moscow, 2004. 204 p. (In Russ.).
2. Umarkhodjaev M.I. *Osnovi frazeografi* [Phraseography bases]. Tashkent, 1983. P. 144. (In Russ.).
3. Shmelova T.M. Sushestvitel'niye polietaloni v angliyskih ustoychivih sravneniyah [Nouns polystandards in the English steady comparisons]. *Aktual'niye problemi psiholingvistiki* [Urgent problems of psycholinguistics]. Tver, 1996. (In Russ.).
4. Rahmatullaev Sh. *Uzbek tilining kiska etimologik lugati* [Short ethimologic dictionary of uzbek language]. Tashkent, 2003. P. 485. (In Uzbek).
5. Hakimova G.E. Frazeologik birliklar etimologiyasining kognitiv aspekti [Cognitive aspect of phraseological units ethimology]. *News of Uzbekistan National University*, 2014, no. 5, pp. 3–41. (In Uzbek).
6. Smith W.Y. *The Oxford Dictionary of English proverbs*. Oxford, 1936.
7. *The American Heritage Dictionary of the English language*. Boston, 2010.

УДК 659.3
ББК 81

СЕМАНТИКА PR-ТЕКСТА

А. И. Шакиров, М. В. Симкачева

Казанский федеральный университет, Казань, Россия

PR-текст представляет собой сложное в семантическом смысле образование в силу своей двойственной природы. PR-текст представлен в двух семантических ипостасях: как значение, заданное социальными и профессиональными традициями речевой культуры, и как смысл, определяемый автором текста. Одним из основных свойств текста является способность передавать и содержать информацию. Текст является сложным образованием, включающим в себя существующие одновременно в его структуре языковую, логическую, речевую, мыслительную, стилистическую, экспрессивную и другие подсистемы. Для более глубокого понимания семантики PR-текста необходимо определиться с семантической сферой текста, его содержанием, как взаимодействуют элементы языковой системы и формальные свойства PR-текста.

Ключевые слова: *PR-текст, семантика, интенция, смысл, язык, логика.*

Семантика (от древнегреческого слова «σημαντικός» – «обозначающий») текста в широком смысле – это характеристика его отношений с действительностью, семантика PR-текста – это область изучения языка, функционирующего в социальном пространстве в текстах массовой коммуникации, это отношение языковых выражений с обозначаемыми объектами медиареальности. Медиареальность – это значимый социокультурный феномен, продукт массовой коммуникации, который существует в мультимедийной среде, сетевом пространстве символов и создает мифологическую картину мира современности.

Классическая трактовка взаимоотношений PR-текста, действительности и специалиста по связям с общественностью строится на априорном утверждении о необходимости передачи такой информации, которая создает позитивный образ объекта. При этом процесс их формирования и взаимоотношений представлен поступательно и диалектичен. На необходимость описать аудитории реальность в определенном ракурсе накладываются социальные установки (предписания) и стереотипы, разделяемые PR-специалистом, что приводит к субъективности и оценочности передаваемой информации.

В современных условиях постмодернистской культуры текст перестает выполнять функцию объективного описания действительности, как по причине «гносеологического анархизма» [1. С. 231], так и в силу того, что

автор теряет свою идентичность, а текст становится набором гиперссылок и цитат. Применительно к PR-тексту можно говорить о его трансформации. Смысловая структура PR-текста формируется в условиях интенциональности речевой деятельности специалиста по связям с общественностью. Интенциональность – одно из важнейших свойств PR-текста, которое формирует содержательную структуру текста.

Информирование является основным интенциональным компонентом речевого высказывания, оценка и побуждение к действию накладываются как вспомогательные компоненты в том случае, если речь идет об описательной цели, когда же авторская позиция подчинена передаче субъективных впечатлений от событий реальности, на первый план выходит оценка и побуждение к активности адресата, а информирование становится второстепенным компонентом. Таким образом, интенция автора напрямую влияет на содержательную сторону и на выбор средств передачи смысла PR-текста.

Для определения значения речевого высказывания в связке «автор-текст» что представляется более важным: интенции автора либо лингвистические конвенции, заложенные в тексте? Данная проблема в рамках феноменологического подхода решалась в пользу авторских интенций, и для выявления фундаментального основания для теории значений более важным было интенциональное содержание сознания. В последующих исследованиях в рамках поле-

мики приверженцев теории «лингвистического поворота» с представителями аналитической философии интенциональная семантика вытесняет конвенциональную и первичность сознания по отношению к языку становится преобладающей концепцией.

При определении семантики текста выделяют семантику логико-математическую и семантику лингвистическую, которые имеют отношение к двум совершенно разным языкам: в первом случае это формализованный язык, логико-математический по своей природе, во втором – естественный язык, придание смыслов элементам которого всегда связано с контекстом и значение которого динамично меняется в зависимости от окружения.

PR-текст по своей природе является продуктом естественного языка и речевой деятельности автора. Изучение смысловой структуры PR-текста наиболее продуктивно в рамках лингвистической семантики. Как отмечает Анна Вежбицкая, *«моррисовское деление науки о знаках на синтаксис, семантику и прагматику, имеющее смысл для искусственных знаковых систем, не оправдано по отношению к естественному языку, где синтаксис и морфология, равно как и иллокутивные показатели, являются сами по себе носителями значения»* [2. С. 6]. Когда же речь заходит об аудиовизуальных текстах, то лингвистические методы описания значений не дают полной семантической картины, понимание значения визуального знака возможно только в рамках семиотической научной парадигмы.

Возникшая в конце XIX в. и получившая широкое распространение благодаря Чарльзу Пирсу и Чарльзу Моррису семиотика – наука о знаках и знаковых системах, придала термину «семантика» четкую ассоциацию с логической теорией знака, в основе которого лежит формализованный язык. Языковой знак в отличие от других знаковых систем намного сложнее в плане отношений между означающим знаком и обозначаемым объектом. Являясь чистой абстракцией, языковые знаки всегда индивидуальны и отражают сознание говорящего субъекта, которое, в общем-то, и является основным объектом семантического анализа. Значение придается не миру, а его абстрактным значениям, имеющим концептуальное выражение. Язык всегда является посредником между миром и человеком.

Выделяя PR-текст в системе языка, необходимо отметить, что отличительными признака-

ми его являются отмеченная ранее интенциональность, отношение к динамично меняющейся реальности, семантическая однозначность в информационных жанрах, наличие визуально передаваемых смыслов. PR-текст проецирует дополнительные смыслы, порождая тем самым дополненную реальность, имеющую отличие от объективной реальности в связи с специфической психофизиологией человека и культуры вообще. Направленность PR-текста на аудиторию априори принуждает познавать смысл, интерпретировать текст не с точки зрения абстрактных знаковых структур, а с познавательной прагматической целью.

Систематизируя семантическое пространство медиасферы, можно выделить макро- и микроуровень анализа. Макроуровень семантического анализа PR-текста связан с семантико-тематическими полями, на которые можно разделить всю массовую информацию.

PR-текст – информационный материал о деятельности организации или какого-либо лица, представляющий интерес для целевой аудитории издания и способствующий формированию общественного мнения.

Отличительная черта PR-текста – рекламность. Несмотря на выраженную рекламность и имиджевость, PR-текст имеет свои особенности. В PR-тексте в отличие от рекламного хорошо скрывается эта самая «рекламность».

PR-текст может содержать скрытую рекламу или антирекламу, представляющую собой:

- субъективное мнение лишь заинтересованной стороны;

- материал с оттенком скандала с целью создать имидж;

- публикации косвенного воздействия. Размещаемые статьи не ассоциируются с компанией, но служат ее интересам, например публикации, актуализирующие выгодные для компании такие темы, как проблема раздражающего воздействия синтетических стиральных порошков на кожу (продвижение продукции бытовой химии конкретного бренда).

PR-текст – заказной материал, носящий рекламный характер, с целью продвижения товара, компании или лица.

В теории практического PR используется еще одно название PR-текста – медиатекст.

Медиатексты – это PR-тексты, написанные пресс-секретарем и (или) обработанные журналистом и доведенные до аудитории.

Медиатексты имеют различную тематику: экономическая, политическая, спортивная, криминальная, культурная и другие. Данные темы состоят из более мелких подтем, которые, в свою очередь, также могут стать основой для дальнейшего деления на смысловые группы. Помимо тематической дифференциации семантического анализа PR-текстов критерием систематизации может стать классическая типология средств массовой информации: территориальное деление, аудитория, на которую направлено воздействие медиатекстов, качественная и массовая пресса, жанровое своеобразие и так далее.

Семантика аналитических медиатекстов отличается от семантики информационных в связи с тем, что семантика аналитических материалов строится в рамках когнитивной семантики, где на первый план выходит логичность, связность и последовательность в построении смыслов, которые в свою очередь напрямую влияют на способность адекватно интерпретировать передаваемые автором значения. При этом характерная для информационных жанров типология распространяется также на аналитические материалы.

Именно в аналитических материалах более всего акцентуализируется необходимость логической организации медиатекста. Аналитические материалы многозначны, для их понимания необходимо усилие и знание законов правильного мышления. На семантику аналитических материалов может влиять композиция текста, смысловая структура текста, способ изложения, организация материала.

Усиление роли просторечных и разговорных языковых средств в медиатекстах вызывает необходимость в их семантическом анализе, который осложняется присутствием в медиатексте как устной, так и письменной формы речи. Как отмечает Б. М. Гаспаров, «выбор письменной или устной формы сообщает речи специфические черты, проступающие сквозь все функциональные членения и спецификации речи» [3. С. 66]. В условиях преобладающего письменного типа культуры, который распространяет свое влияние на все аспекты социокультурной жизни, описать устную речь в рамках существующего письменного дискурса не представляется возможным в связи со сложностью объекта описания, который является «подчиненной, подвергающейся редукции и супрессии культурной формой» [3. С. 85]. Развитие технических средств массовой ком-

муникации, возможность передачи информации на расстояние, запись и возможность воспроизведения большого объема информации снимают многие ограничения, которые стояли между письменной и устной речью. Устная речь в наше время является альтернативой письменной речи, ее статус повышается, что создает ситуацию изменения стандартов письменной речи в коммуникации в сторону стандартов устной речи. Особенно сильно это проявляется в сетевой коммуникации.

Надо отметить, что некоторые исследователи в области PR в отдельных жанровых группах рассматривают иные, принципиально новые PR-формы, например, такие как «политический блог» (Е. И. Шейгал), «граффити» (Т. В. Устюгова).

Е. Шейгал приводит различные доводы и авторитетные мнения в поддержку политического блога как жанра PR. Причем исследователь рассматривает суть блога с позиций PR, журналистики и Интернет-коммуникаций. «За сравнительно короткий период блоги проделали путь от не вполне вразумительной причуды Интернет-фанатов до реальной альтернативы основным источникам новостей, своеобразной теневой медиа-империи, соперничающей со СМИ по уровню политического влияния, постепенно превратившись в информационный канал для серьезных новостей и комментариев. Постепенно стирается грань между политическими блогами и большой журналистикой. Если блоги настойчиво привлекают внимание к проблеме, «не замеченной» СМИ, то это неизбежно вынуждает основные СМИ также выдвинуть ее на первый план» [4. С. 385].

Т. Устюгова выделяет такую разновидность PR-текстов, как граффити (кризисные тексты этнического и политического содержания) – неформальный источник информации, но самые заметные знаки городской жизни. Этот недолговечный жанр, как тенденция в «настенном творчестве», «воспринимается как некая последовательность, своеобразный городской эпос с продолжением», что, по мнению исследователя, «представляется очень грамотным шагом, так как с помощью подобного приема из отдельных посланий формируется целостный культурный контекст» [5. С. 446].

При семантическом анализе современного PR-текста невозможно обойтись без анализа визуальной составляющей. Визуальные тексты вписываются в параметры семантики как первичных знаков (естественных языков), так и

вторичных знаковых систем, так как выражают значение как с помощью естественного языка, так и с помощью искусственно созданных знаковых систем, таких как аудиовизуальные знаки и знаковые системы. При смыслообразовании аудиовизуального знака участвуют как вербальные компоненты, так и кинесические, которые могут находиться между собой как в отношениях полного поглощения одного другим, так и дополнять друг друга смыслами.

Визуальный канал передачи информации обращается к определенным органам чувств человека и передает уже сформированные смыслы, определенным образом кодированные в рамках знаковой системы определенной культуры. Семантика визуального конвенциональна и связана с культурными кодами. Как отмечает Умберто Эко, «даже там, где говорят о естественности и непосредственности, имеют дело с культурой, конвенцией, системой, кодом и, следовательно, в конечном счете – с идеологией. Семиология и тут стоит на своем, потому что свои задачи она понимает как перевод природного в общественное и культурное» [6. С. 208]. Визуальная составляющая культуры коммуникативна и связана с объектным миром посредством кодирования смысла для его дальнейшей фиксации и трансляции [7]. Нельзя не отметить и то, что в рамках визуальной коммуникации семантика вытесняется из пространства коммуникации, визуальное перестает быть медиатором между субъектом и реальностью. Смыслообразующий фокус общения смещается с текстового на визуальный ряд. Визуальная составляющая в тексте из сопутствующего элемента становится преобладающим.

Таким образом, можно отметить тенденцию стремительного развития и модификации ме-

диатекста. На современном этапе традиционная классификация PR-текстов существенно расширилась за счет отнесения к PR-текстам и PR-коммуникациям в целом самых разнообразных форм подачи информации: устной, письменной текстовых форм, визуальной коммуникации (видеофильмы, презентации, фотографии), популяризирующих или рекламирующих компанию.

Изучение PR-текста с точки зрения его смысловой наполненности приводит нас к следующим выводам:

1. Несмотря на богатое жанровое разнообразие PR-текстов, их содержание, направленность, функциональное предназначение, каналы распространения, они отличаются четко выраженной структурой, законами композиционного и стилистического построения и имеют совершенно конкретное семантическое наполнение.

2. Исходя из общих тенденций развития PR-деятельности, мы наблюдаем расширение границ классической типологии PR-текста: модифицируются как простейшие формы текстового пресс-релиза, так и формы устной, видео- (визуальной) PR-коммуникации. В наше время активно используются такие виды PR-текстов, как, например, корпоративный блог, SocialMedia релиз (SMR), превью, пост-релиз, так и коммуникации в социальных сетях, роудшоу.

3. Расширение границ медиакоммуникаций, а именно с точки зрения использования современных технологий, с учетом современной тенденции клипового восприятия информации, приводит к другим аспектам изучения PR-текста с точки зрения семантического изучения его контента и особенностей языка. Таким образом, очевидна перспектива для изучения этой темы в дальнейшем.

Список литературы

1. Фейерабенд, П. Избранные труды по методологии науки / П. Фейерабенд. – М., 1986. – 467 с.
2. Вежбицкая, А. Язык. Культура. Познание / А. Вежбицкая. – М., 1996. – 416 с.
3. Гаспаров, Б. М. Устная речь как семиотический объект / Б. М. Гаспаров // Уч. зап. Тартус. ун-та. – 1978. – Вып. 442. – С. 63–112.
4. Шейгал, Е. И. Политический блог как жанр PR / Е. И. Шейгал // PR-технологии в информационном обществе: материалы IV Всероссийской научно-практической конференции. Часть I. Санкт-Петербург, 30–31 марта 2007 г. – СПб., 2007. – С. 383–389.
5. Устюгова, Т. В. Кризисные тексты как разновидность PR-текстов (на примере этнических граффити г. Краснодара) / Т. В. Устюгова // PR-технологии в информационном обществе: материалы IV Всероссийской научно-практической конференции. Часть I. Санкт-Петербург, 30–31 марта 2007 г. – СПб., 2007. – С. 444–452.

6. Эко, У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию / У. Эко. – СПб., 2006. – 544 с.
7. Аванесов, С. С. Что можно называть визуальной семиотикой? / С. С. Аванесов // *Праксима. Проблемы визуальной семиотики*. – 2014. – Т. 1. – № 1. – С. 10–23.

Сведения об авторах

Шакиров Альфред Ильдарович – кандидат философских наук доцент кафедры журналистики Высшей школы журналистики и медиакоммуникаций Института социально-философских наук и массовых коммуникаций, Казанский федеральный университет. Казань, Россия.
alfred.shakirov@rambler.ru

Симкачева Марина Владимировна – кандидат филологических наук, доцент кафедры журналистики Высшей школы журналистики и медиакоммуникаций Института социально-философских наук и массовых коммуникаций, Казанский федеральный университет. Казань, Россия.
msimkach@yandex.ru

*Bulletin of Chelyabinsk State University. 2016. No. 13 (395).
Philology Sciences. Issue 104. Pp. 138–142.*

THE SEMANTICS OF THE PR-TEXT

A. I. Shakirov, M. V. Simkacheva

Kazan (Volga Region) Federal University, Kazan, Russia. alfred.shakirov@rambler.ru

PR-text is a complex semantic sense, and it is education because of its dual nature. PR-texts are presented in two semantic aspects: as the meaning formed by social and professional traditions of speech culture, and as the sense defined by the author of the text. One of the key features of the text is the ability to transfer text and content information. The text is a complex entity, comprising logical, verbal, mental, stylistic, expressive, and other subsystems in its structure. For better understanding of the semantics of PR-text it is necessary to define the semantics, its contents and interaction of the elements of the language system and the formal properties of the PR-text.

Keywords: *PR-text, semantics, intention, meaning, language, logic.*

References

1. Fejerabend P. *Izbrannye trudy po metodologii nauki* [Selected works on the methodology of science]. Moscow, 1986. 467 p. (In Russ.).
2. Vezhbickaja A. *Jazyk. Kul'tura. Poznanie* [Language. Culture. Cognition]. Moscow, 1996. 416 p. (In Russ.).
3. Gasparov B.M. Ustnaya rech' kak semioticheskij ob'ekt [Speaking as a semiotic object]. *Uchyonye zapiski Tartuskogo universiteta* [Scientists notes the University of Tartu], 1978, no. 442, pp. 63–112. (In Russ.).
4. Shejgal E.I. Politicheskij blog kak zhanr PR [Political blogs as a genre PR] *PR-tehnologii v informacionnom obshhestve: materialy IV Vserossijskoj nauchno-prakticheskoy konferencii Ch. I.* [PR-technologies in the information society: materials of IV All-Russian scientific-practical conference. Part I]. St. Petersburg, 2007. Pp. 383–389. (In Russ.).
5. Ustjugova T.V. Krizisnye teksty kak raznovidnost' PR-tekstov (na primere jetnicheskikh graffiti g. Krasnodara) [Crisis text as a kind of PR-texts (for example, ethnic graffiti Krasnodar)]. *PR-tehnologii v informacionnom obshhestve: materialy IV Vserossijskoj nauchno-prakticheskoy konferencii Ch. I.* [PR-technologies in the information society: materials of IV All-Russian scientific-practical conference. Part I.]. St. Petersburg, 2007. Pp. 383–389. (In Russ.).
6. Jeko U. *Otsutstvujushhaja struktura. Vvedenie v semiologiju* [Lack of structure. Introduction to semiology]. St. Petersburg, 2006. 544 p. (In Russ.).
7. Avanesov S.S. Chto mozhno nazyvat' vizual'noj semiotikoj? [What can be called a visual semiotics?]. *Praksima. Problemy vizual'noj semiotiki* [Praksima. Problems of visual semiotics], 2014, vol. 1, no. 1, pp. 10–23. (In Russ.).

УДК 82-311.8
ББК 83

ХУДОЖЕСТВЕННОЕ ПРОСТРАНСТВО РОМАНА ДЖЕКА КЕРУАКА «В ДОРОГЕ»

А. О. Школьская

Смоленский государственный университет, Смоленск, Россия

Анализируется художественное пространство в романе Джека Керуака «В дороге». Рассматривается хронотоп дороги, который имеет трехуровневую структуру и является воплощением художественной философии автора. Исследуется специфика городов Америки исходя из основных функций, которую они выполняют в романе: происходит не только географическое, но и символическое, мифологическое разделение пространства Америки на Восток и Запад.

Ключевые слова: *Джек Керуак, битники, пространство, хронотоп, роман дороги, Америка.*

Джек Керуак (1922–1969) – американский писатель, поэт, основоположник и главный представитель литературы «разбитого поколения» («Beat Generation»). Керуак является автором почти двух десятков произведений, но настоящую славу ему принес роман «В дороге» (допускается перевод «На дороге», оригинальное название: «On the Road»), опубликованный в 1957 г. Работая над этим романом, писатель создает свой собственный метод изображения героя и дороги как двух неотделимых друг от друга аспектов художественного мира.

Роман Керуака «В дороге» принадлежит к типу произведений, в которых хронотоп играет особую роль, является основой для концептуализации художественного мира.

По словам Ю. М. Лотмана, «художественное пространство представляет собой модель мира данного автора, выраженную на языке его пространственных представлений» [3. С. 622]. В романе Дж. Керуака «В дороге» семантика текста раскрывается прежде всего через концепцию художественного пространства.

Роман рассказывает о четырех больших путешествиях, совершенных в 1947–1949 гг. главными героями: Салом Парадайзом и Динном Мориарти. В первое путешествие Сал Парадайз отправляется в 1947 г. и добирается до Сан-Франциско и Лос-Анджелеса. Затем друзья снова едут на запад и на юг по направлению к Новому Орлеану, и в последний раз компания направляется в Мексику. Таким образом, художественное пространство романа – это географическое пространство Америки, ограниченное несколькими пограничными локусами:

Нью-Йорк – на востоке, Сан-Франциско – на западе, на юге – Лос-Анджелес, Новый Орлеан и в последнем путешествии – Мехико. Пограничным пунктом между Западом и Востоком является Денвер, где герои делают остановку во время своих странствий. Связывают пограничные локусы бесконечные дороги страны. Именно дорога является ключевым мотивом романа.

В первом путешествии Сала Парадайза дорога и путники, попадающиеся навстречу, открывают герою страну и ее народ. Он скитается по дорогам Америки вместе с сезонными рабочими, собирает на плантациях хлопок и виноград. Простая женщина Терри и ее семилетний сын Джонни на время заменяют ему семью. Путешествуя автостопом и на попутных машинах, он встречает на дороге фермеров, дальнобойщиков, студентов, пастухов и бродяг. Перед ним открывается панорама Америки послевоенных лет, проходит галерея разнообразных человеческих типов: типичный ньюйоркец, который направляется к девушке в Денвер, богатый скотовод, ковбой, колоритные омаксские индейцы, владелец разъездных аттракционов, нищие оборванные сборщики хлопка. Природа Америки, увиденная глазами героя, – это бесконечные равнины, поля, серые пыльные извилистые дороги, дождь или палящее солнце.

Пространство путешествия в романе – это «движущееся» пространство. Герои пересекают его автостопом, на встречных или арендованных автомобилях. Именно из окна автомобиля или с прицепной платформы грузовика мы глазами Сала Парадайза видим людей, де-

ревни и города, мимо которых путешественники проносятся на бешеной скорости. Пейзажные зарисовки и жанровые картинки сменяют друг друга, как кадры киноплёнки. Калейдоскоп сменяющихся картин и стремительная автомобильная гонка вызывают восторг героев, пробуждают в них острое ощущение жизни. Движение необходимо им, это их образ жизни и даже, по словам Сала Парадайза, особая «миссия»: *«Мы были просто счастливы, мы все осознали, что, оставив позади бессмыслицу и неразбериху, выполняем свою единственную и благороднейшую для того времени миссию – передвигаемся»* [2. С. 162].

Передвижение в пространстве вызывает у героев ощущение перемещения во времени. Дорога учит пониманию времени. Дин Мориарти любит повторять: *«Мы знаем, что такое время»*. Сала Парадайза дорога заставляет вспомнить прошлое: *«Вся давняя дорога прошлого разматывалась передо мной с головокружительной скоростью»* [2. С. 287]. С определёнными периодами жизни ассоциируются для него Восток и Запад Америки: *«Я проехал пол-Америки, добрался до пограничной линии, отделявшей Восток моей юности от Запада моего будущего»* [2. С. 22]. Дорога символизирует также выбор жизненного пути: *«Какова твоя дорога, старина? Дорога святого, дорога безумца, дорога радуги или дорога пустословия?»* [2. С. 308].

Пространство субъективно переживается каждым из героев и с этим связана его постепенная мифологизация.

Роман автобиографичен, написан от первого лица. Герой-рассказчик – 27-летний писатель-битник Сал Парадайз, фронтовик, бывший моряк, недавно расставшийся с женой, живущий с тетей в городке Паттерсон штата Нью-Джерси. Он мечтает о семье и доме и любит возвращаться из путешествий к своему письменному столу с неоконченной рукописью на нем. Но путешествие ему необходимо, чтобы получить *«новые впечатления для своей литературной работы»*, *«посмотреть страну»* и, по его собственному выражению, *«увидеть новые горизонты»* [2. С. 5, 13–14]. Эти планы реализуются после знакомства Сала с Дином Мориарти.

Именно Дин Мориарти является героем, вокруг которого главным образом строится повествование. Его прототип – Нил Кэсседи, одна из ключевых фигур движения битников. Повествователь называет Дина *«идеальным по-*

путчиком» [2. С. 5], который *«даже родился в дороге, в 1926 году, в Солт-Лейк-Сити, когда его отец с матерью добирались на своей колыхающей до Лос-Анджелеса»* [2. С. 5].

Мать Дина рано умерла, отец, жестянщик, стал алкоголиком и бродягой. В одиннадцатилетнем возрасте во время одной из поездок по железной дороге от Нью-Мексико до Лос-Анджелеса Дин потерял отца. Одна из причин, заставляющая его с тех пор непрерывно колесить с Запада на Восток, *«проводить жизнь в нескончаемых гонках из конца в конец Америки»* [2. С. 231], заключается в убеждении, что он *«должен разыскать отца, где бы он ни был, и спасти его»* [2. С. 225].

По мере развития сюжета мотив поиска отца приобретает символический характер. Отец Дина становится своего рода мифологическим персонажем. Сал даёт ему прозвище Печального Жестянщика и постоянно думает о нем, узнает его во встречных прохожих. Поиски отца ассоциируются с поисками собственных корней, с поисками себя, которые проходит каждый: *«Либо в местах вроде Монтаны вам встречается человек, похожий на вашего отца, либо вы разыскиваете отца своего друга там, где его уже нет»* [2. С. 219]. Поиски отца – это удел осиротевшего потерянного поколения вернувшихся со Второй мировой войны *«убогих хипстеров Америки, нового блаженного разбитого поколения»* [2. С. 66], как называет его повествователь.

Дин Мориарти – человек дороги. Он знаток автомобилей и виртуозный гонщик. По словам рассказчика, *«на всем белом свете никто не водит машину лучше»* [2. С. 258]. *«Все, что ему было нужно – это руль в руках и четыре колеса на дороге»* [2. С. 256]. Дорога для Дина – это путешествие не только в пространстве, но и во времени, путешествие по собственной жизни из прошлого в будущее. В пути он вспоминает яркие моменты собственного прошлого: поездки с отцом в детстве, арест в Аризоне, побег из тюрьмы, жизнь в Лос-Анджелесе, знакомство в Денвере с Мерилу.

Постепенно Дин превращается в символическую фигуру. С первых страниц романа повествователь придает образу Дина сакральные черты, называя его то *«Демоном Страха»* за его манеру водить машину, то *«святым с душой нараспашку»* [2. С. 10], то ангелом (*«бедное дитя, Ангел Дин»*) [2. С. 258], то *«безумным Ахавом»* [2. С. 288], то сравнивает его с Богом (*«Дин был похож на Бога»*) [2. С. 351].

Личность Дина тесно связана с мифом Керуака об американском Западе. Дин является олицетворением Запада. Повествователь сравнивает его с западным ветром, называет «западным родственником солнца» [2. С. 14], «героем снежного Запада» [2. С. 7]. Людьми Запада являются также многочисленные друзья Сала. В ответ на вопрос Дина: «– Сал, где ты отыскал таких замечательных людей? Я раньше и не встречал подобных», – Сал лаконично заявляет: «Они с Запада» [2. С. 151].

Запад – особое пространство для главных героев. Повествователь сравнивает его с Землей Обетованной («Вот она, земля обетованная!» [2. С. 112]). Для него важно, что, отправляясь на Запад, он следует путем первых поселенцев Америки, которые двигались от Атлантики к побережью Тихого океана, покоряя новые пространства.

Запад ассоциируется в романе с его жителями, их жизнерадостностью и свободой. Восхищение рассказчика вызывает громкий смех небрасского фермера в придорожном ресторанчике, «самый чудесный смех на свете»: «Ого, – сказал я себе, – послушай, как смеется этот парень! Это же Запад, вот я и на Западе. <...> Сам дух Запада сидел рядом со мной» [2. С. 27].

Суть Запада раскрывается в романе в сравнении его с Востоком. Запад – это Калифорния, вызывающая ассоциации со свежестью, легкостью, светом, чистотой: «Где-то далеко, на другом краю, выбрасывал в небо свое облако пыли и бурого дыма мрачный, сумасшедший Нью-Йорк. В Востоке есть что-то бурное и священное, а Калифорния была, как вывешенное на просушку белье, и легкомысленна – по крайней мере, так я думал тогда» [2. С. 97]. Калифорния для героев романа – это «необузданная, пропитанная потом земля, что так много значит, земля одиноких изгоев, земля чудаковатых влюбленных, летающих туда, словно птицы» [2. С. 207].

В романе противопоставляются города Востока и Запада. Столицей Востока является «великий главный город Америки» [2. С. 303] **Нью-Йорк** – олицетворение деловой Америки. Рассказчик, возвращаясь из своих путешествий, погружается в «полнейшее безумие и фантастическую круговерть Нью-Йорка с его миллионами и миллионами, вечно суетящимися из-за доллара среди себе подобных» [2. С. 131].

На Востоке находится **Вашингтон** – политический центр Америки, с которым связано

представление об агрессивной военной политике страны. Здесь путешественники попадают на выставку новейшего оружия: «По сторонам Пенсильвания-авеню, по которой мы катили на своем потрепанном суденышке, была устроена демонстрация несокрушимой военной мощи. Там выстроились “Б-29”, торпедные катера, артиллерия – всевозможная боевая техника, довольно кровавадно смотревшаяся на заснеженной траве» [2. С. 164].

Столица Калифорнии, центр и душа Запада – «самый взбудораженный город Америки» [2. С. 251], **Сан-Франциско**, которому рассказчик дает ласковое прозвище Фриско, «легендарный белый город на его одиннадцати загадочных холмах, с его синим Тихим океаном» [2. С. 308], величественную панораму которого повествователь сравнивает с «драгоценным ожерельем ночи» [2. С. 21].

Еще один важный пространственный locus Запада – **Лос-Анджелес (Эл-Эй)**, «единственный и неповторимый золотой город» [2. С. 100], «сумасшедший большой город на золотом берегу» [2. С. 126] и в то же время город контрастов, который повествователь сравнивает с Чикаго и Бостоном и называет «самым унылым и жестоким из американских городов», «настоящими джунглями» [2. С. 105].

Границей между Востоком и Западом является **Денвер**, столица штата Колорадо, где Дин чувствует себя дома, а Сала ждут его друзья. В пятой части романа повествователь называет Денвер «священным». Именно в Скалистых горах Денвера художественное пространство романа приобретает новые метафизические черты. Путешествие оказывается способом приблизиться к Богу.

Метаморфоза романного пространства происходит во время горной экспедиции Сала в окрестностях Сентрал-Сити близ Денвера. Сентрал-Сити – маленький городок в горах, где когда-то добывали серебро. В отличие от шумного и многолюдного Денвера, Сентрал-Сити – романтическое место с «живописным оперным театриком» [2. С. 63], построенном на крутом склоне. По мере восхождения в горы пространство приобретает метафизический характер. Герой видит призраки прошлого: «Мне было любопытно узнать, о чем думает сейчас Дух горы, и, посмотрев вверх, я увидел освещенные луной корабельные сосны, увидел призраки давно забытых шахтеров и едва поверил своим глазам» [2. С. 68].

Оказавшись «на самой крыше Америки», Сал испытывает религиозные чувства, ему является видение библейского Моисея, «седовласого старца, несущего Слово Господне» [2. С. 68]. Позже в Денвере каждый бродяга кажется ему отцом Дина [2]. Незримый образ полумифического, полуреального персонажа постоянно присутствует в пространстве романа. И хотя в одном из эпизодов четвертой части Дин упоминает, что получил письмо от отца, сидящего в тюрьме в Сиэтле [2], загадочный образ не материализуется и не становится более реальным. В эпилоге Сал заключает: «Я думаю о Старом Дине Мориарти – отце, которого мы так и не нашли» [2. С. 381].

Знакомые места начинают казаться путешественникам загадочным миром, тайну которого им предстоит открыть: «Страна вдруг представилась нам устрицей, готовой раскрыть перед нами створки своей раковины, а внутри была жемчужина, жемчужина была там» [2. С. 168].

В Сан-Франциско Сал ощущает, как раздвигаются границы времени, он видит себя в Англии 1750 г., хозяйка трактира кажется ему собственной матерью, а себя он воображает грабителем с большой дороги, возвращающимся из тюрьмы: «Я шагнул за черту хронологического времени во вневременную тень, в волшебное видение посреди унылого царства смертных, <...> я спешил к другой черте, за которой скрылись ангелы, отлетевшие в священную извечную пустоту» [2. С. 212]. Герою кажется, что он «пережил уже бесчисленное количество смертей и рождений», что «магический уход в ничто», «перемещения из жизни в смерть и обратно в жизнь призрачно легки» [2. С. 213].

В Сан-Франциско Сал сочиняет и рассказывает Мерилу миф о всемирном змее, природа которого не разгадана и противоречива: «Я рассказал ей об огромном всемирном змее, который свернулся кольцом внутри земли, как червь в яблоке, и который в один прекрасный день взроет изнутри гору – потом ее станут звать Змеиной горой – и поползет по равнине, растянувшись на сотни миль и пожирая все на своем пути. Я сказал ей, что змей этот – Сатана. <...> Святой по имени доктор Сакс уничтожит его секретными травами, которые в эту самую минуту варит в своей потайной хижине где-то в Америке. К тому же может статься, что змей – всего лишь оболочка, а внутри – голуби. Когда змей умрет, наружу выпорхнут целые тучи маленьких се-

рых голубков, которые разнесут по всей земле весть о мире» [2. С. 211].

Постепенно путешествие приобретает сакральные черты, превращается, по словам повествователя, в «сумбурное священное паломничество» [2. С. 373], чему способствует погружение героев в стихию музыки. Они слушают музыку во всех городах, где останавливаются, но главным музыкальным центром негритянского джаза является Новый Орлеан.

Расположенный в устье «матери всех рек» Миссисипи, город вызывает у героев ощущение чистоты и свежести: «Окутанный зеленью и речными запахами старый Новый Орлеан стоит на отмытом дочиста дне Америки» [2. С. 162]. «Воздух в Новом Орлеане был таким свежим, что казалось, его доставляют туда в надушенных шелковых платочках; а еще был запах реки и запах людей, и ила, и черной патоки, и всевозможных тропических испарений» [2. С. 171].

Моментом истины для героев в Новом Орлеане становятся джазовые концерты. Их завораживает «одинокий, как сама Америка, раздирающий душу звук в ночи» [2. С. 295], который «наполняет пустое пространство истинным смыслом нашей жизни, исповедью страждущего нутра, воспоминаниями об утерянных замыслах» [2. С. 252].

Кульминацией путешествий Сала и Дина становится их поездка в Мексику и знакомство с культурой местных индейцев. Им кажется, что они «спускаются по земной кривизне в другие тропики и другие миры» [2. С. 325]: «Так ехать можно только через весь мир, в те места, где мы наконец познаем самих себя, оказавшись среди всемирных индейцев-феллахов – племени, составляющего изначальную сущность умытого слезами первобытного человечества» [2. С. 345].

Им кажется, что они вступают в библейские времена. Мексиканцы вызывают у них ассоциации с библейскими персонажами: «Быть может, такими же глазами смотрела на мир Богородица, когда была ребенком. В них нам привиделся нежный и всепрощающий взгляд Иисуса» [2. С. 268]. Местные индейцы кажутся путешественникам персонажами из вечности: «Когда мир «истории» придет к своей гибели и <...> настанут времена, предсказанные в Апокалипсисе феллахов, люди будут теми же глазами смотреть на мир из пещер Мексики, как и из пещер Бали, где было положено начало всех начал,

где был вскормлен и получил урок познания Адам» [2. С. 346].

Горный перевал по дороге к Мехико «возносит» героев «к самым небесам» [2. С. 371], а сама столица страны кажется им «единственным, великим и буйным, по-детски наивным и не знающим запретов феллахским городом», который они и «должны были отыскать в конце пути» [2. С. 373]. Путешественников потрясает музыка, которой их встречает Мексика: «Эти потрясающие мелодии переполняли собой таинственный золотистый послеполуденный час, напоминая о звуках, которых ждешь в день Страшного суда и Второго пришествия» [2. С. 354]. И они понимают, что достигли своей цели: «Наконец-то мы попали в рай» [2. С. 341].

Заканчивается путешествие Сала Парадайза, когда, вернувшись в Нью-Йорк, он находит на Манхэттене «ту самую девушку с простодушными, невинными и очаровательными глазами, которую неустанно и так долго искал» [2. С. 376].

В эпилоге для героя наиболее полно раскрывается пространство Америки, которая видится ему вся целиком, с ее бесконечными про-

сторонами и «бегущей вдаль дорогой»: «И вот в Америке, когда заходит солнце, и я сижу на старом, заброшенном речном молу, глядя-ваясь в необъятные небеса над Нью-Джерси, я ощущаю всю эту суровую страну, которая единой выпуклой громадой поворачивается в стороны Западного побережья, ощущаю всю бегущую вдаль дорогу, всех людей, видящих сны в этих бесконечных просторах» [2. С. 381].

Рассмотрев художественное пространство романа Керуака, мы можем сделать вывод, что основой его является географическое пространство Америки, но в романе оно приобретает символические и мифологические черты. Центральным пространственным топосом является топос дороги, имеющий трехуровневую семантическую структуру и представляющий реальное (географическое), символическое и сакрально-мифологическое пространство. Дорога является символом жизни, судьбы и экзистенциального выбора и имеет в романе сюжеттообразующую функцию. Основными мифами являются мифы о поисках отца, о Востоке и Западе и о всемирном змее. В тексте присутствуют также библейские образы и мотивы Апокалипсиса.

Список литературы

1. Бахтин, М. М. Формы времени и хронотопа в романе / М. М. Бахтин // Бахтин, М. М. Эпос и роман. – СПб., 2000.
2. Керуак, Дж. В дороге / Дж. Керуак. – СПб., 2013.
3. Лотман, Ю. М. Художественное пространство в прозе Гоголя / Ю. М. Лотман // Лотман, Ю. М. О русской литературе. – СПб., 1997.
4. Kerouac, J. On the Road / J. Kerouac. – L., 2000.

Сведения об авторе

Школьская Анна Олеговна – преподаватель кафедры гуманитарных, социально-экономических и информационно-правовых дисциплин, Смоленский государственный университет. Смоленск, Россия.

ellffff@yandex.ru

*Bulletin of Chelyabinsk State University. 2016. No. 13 (395).
Philology Sciences. Issue 104. Pp. 143–148.*

THE ARTISTIC SPACE OF THE NOVEL BY JACK KEROUAC «ON THE ROAD»

A. O. Shkolskaya

Smolensk State University. ellffff@yandex.ru

This article is devoted to analysis of the artistic space in the novel by the American writer, the leader of the beat generation Jack Kerouac «On the Road». We consider the chronotope of the road, which

has a three-tier structure and is the personification of the artistic philosophy of the author. We analyze the specificity cities in America (Denver, New-York, Washington, Los Angeles), based on the basic functions that they perform in the novel; the space of America is divided into East and West not only geographically, but also in symbolic and mythological principles. We also note the presence in the novel of biblical and mythological images and motives which have an important plot function. In this work we focused on the theoretical studies of the outstanding Russian scientists M.M. Bakhtin and Y.M. Lotman.

Keywords: *Jack Kerouac, beatniks, space, chronotope, a novel of the way, America.*

References

1. Bakhtin M.M. Formy vremeni i hronotopa v romane [The forms of time and chronotope in the novel]. Bakhtin M.M. *Jepos i roman* [Epos and novel]. Saint Petersburg, 2000. (In Russ.).
2. Kerouac J. *V doroge* [On the road]. Saint Petersburg, 2013. (In Russ.).
3. Lotman Y.M. Hudozhestvennoe prostranstvo v proze Gogolja [Art space in Gogol's prose]. Lotman Y.M. *O russkoj literature* [About Russian literature]. Saint Petersburg, 1997. (In Russ.).
4. Kerouac J. *On the Road*. L., 2000.

РЕЦЕНЗИИ. ОБЗОР

Байкулова, А. Н. Рискогенность современной коммуникации и роль коммуникативной компетентности в ее преодолении / под ред. О. Б. Сиротининой, М. А. Кормилицыной. – Саратов, 2015. – 188 с.

Л. А. Шкатова

Челябинский государственный университет, Челябинск, Россия

Коллективная монография «Рискогенность современной коммуникации и роль коммуникативной компетентности в ее преодолении» кафедры русского языка и речевой коммуникации Института филологии и журналистики Саратовского университета обобщает многолетний опыт работы по изучению проблем речевой коммуникации, дополняя его и обосновывая новыми фактами. Актуальность рецензируемого труда определяется потребностью современного российского общества в осмыслении и преодолении постоянно возникающих коммуникативных рисков, которые, с одной стороны, способствуют социализации личности, а с другой, часто служат причиной непреодолимых конфликтов и губительной депрессии. Своевременность издания видится в том, что оно может служить аргументом в спорах о необходимости введения в программу вузов курса речеведения. Новым подходом к проблеме является то, что авторы монографии выходят за привычный круг ортологии, предлагая анализ различных сфер общения с точки зрения эффективности речевого взаимодействия. Наша цель – привлечь внимание к этому несомненно новационному и востребованному научному труду.

Новизна темы просматривается даже в самом названии: понятие «рискогенность коммуникации» только начинает входить в сферу коммуникативистики. Об этом говорит хотя бы то, что в библиографическом списке монографии данная номинация содержится лишь в названиях двух статей саратовского сборника «Проблемы речевой коммуникации»: А. В. Дегальцевой «Особенности письменной формы электронного делового общения и возможные факторы его рискогенности» (вып. 13, 2013 г.) и О. Б. Сиротининой «Борьба с рискогенностью общения как одна из проблем речеведения» (вып. 14, 2014 г.).

Целью исследования называется «обнаружение реально создававшихся рисков и выявление даже возможности их проявления» (С. 12).

Достижение этой цели обеспечивается анализом большого современного речевого материала. Во введении справедливо говорится, что недостаточная коммуникативная компетентность в любой сфере общения вредит не только адресату и адресанту, но и самому средству коммуникации – языку.

Структура работы включает четыре главы. Первая глава посвящена общетеоретическим проблемам рискогенности коммуникации. В качестве причин анализируемого явления названы разница апперцепционных баз адресанта и адресата, обеднение системы языка, сложность самого процесса общения. Авторами выявлены и систематизированы основные причины появления коммуникативных рисков, среди которых неточное прогнозирование компетенций адресата, нецелесообразность применения некоторых средств речевого воздействия, рискогенность отдельных жанров спора, риски нецелесообразного использования выразительных средств, нарушения этических норм и сложность языковой системы. Следствием непреодоленных коммуникативных рисков, вызванных речевыми промахами, является превращение их в конфликтогены. В качестве способов предупреждения конфликтов и преодоления рисков называются коммуникативная компетентность адресанта и адресатов, их риторическая грамотность.

Поскольку в каждой сфере общения имеются свои риски и способы их преодоления, в монографии описываются, хотя и не с равным вниманием, отдельно риски в сфере СМИ, в сфере неофициального общения, в деловой и научной сферах.

Во второй главе обстоятельно, на многочисленных примерах рассматриваются причины возникновения коммуникативных рисков и способы их предупреждения в печатных СМИ. Данная сфера требует от журналистов высокого уровня коммуникативной компетентности для того, чтобы обеспечить гармоничное бесконфликтное общение на благо всех его

участников и достижение эффективности коммуникации. Основное внимание уделено рискогенности заимствований и употребления сниженной лексики, выявлены возможности и опасности использования дискурсивов в современном газетном тексте, отмечены нарушения лексических норм в заголовках газет.

В качестве причины возникновения коммуникативных рисков в печатных СМИ называется, во-первых, сложность самого общения: то, что их адресат является массовым (разнородным и дистанцированным), негативные качества передаваемой информации (ее недостоверность, неясность, неопределенность, неполнота), излишняя категоричность суждений журналиста, бездоказательные авторские оценки, нецелесообразное использование средств речевого воздействия и выразительных средств, выбор рискогенных жанров публичной речи. Во-вторых, риски непонимания в общении журналиста с массовым адресатом видятся в сложности самой языковой системы, в частности, в наличии таких классов слов, как малознаменательные слова, абстрактная лексика, диффузы, неясные высказывания, создающие неопределенность и неоднозначность интерпретации сообщаемого, а также в использовании канцелярита, «постновояза». Обращается внимание на риски, связанные с широким употреблением заимствований, сниженной лексики, дискурсивов, с нарушениями этических норм в заголовках газет.

Отдельно рассматриваются коммуникативные риски звучащей речи в СМИ, вызванные ложной ориентацией на просторечие и включением спонтанной речи журналистов, риски употребления вспомогательных коммуникативных единиц. Особый интерес вызывает анализ материалов интерактивной радиопередачи «Служба русского языка» ГТРК «Саратов» для изучения восприятия населением коммуникативно рискованных употреблений, прежде всего новых заимствований и терминов. Типичными рисками названы непонимание смысла сказанного, неполное его понимание и неприятие выбранной формы или слова.

Третья глава посвящена одной из самых рискогенных сфер – сфере неофициальной коммуникации. В ней представлен анализ огромного и очень разнообразного материала: риски семейного общения, общения родственников, дружеского общения. Причинами рисков в этой сфере названы, прежде всего, пониженный уровень речевого самоконтроля коммуни-

кантов в условиях межличностного общения и недостаточно высокий уровень повседневной речевой культуры людей и/или их коммуникативной компетентности.

В четвертой главе рассматриваются коммуникативные риски в деловой и научной сферах. Рискогенность при использовании официально-делового стиля, по мнению авторов главы, определяется требованием денотативной точности для однозначного осознания любых фактов, трудностью осуществления баланса необходимых для деловых бумаг обобщения и конкретизации, стремлением исключить возможность инотолкования. Особо рассматриваются риски «рабочего общения», под которым понимается «разновидность общения в деловой сфере, отражающая взаимодействие сотрудников во время выполнения работы...» (С. 116). Риск коммуникативных неудач в деловой сфере, по мнению авторов, вызывается нарушением норм корпоративного общения, неуместностью осуществления рабочего общения, неточностью речи, смысловой диффузностью высказываний.

В письменном рабочем общении через Интернет на основе анализа около 1500 электронных сообщений выявлены следующие наиболее частые причины коммуникативных рисков: языковые и речевые ошибки, связанные с недостаточно высоким уровнем языковой составляющей коммуникативной компетентности; отсутствие навыков составления деловых документов; несоблюдение принципов кооперации и вежливости; открытость и общедоступность решения вопросов, которые принято обсуждать лично, один на один; отсутствие общей апперцепционной базы; разное наполнение вербализованного в сознании коммуникантов концепта.

Новому развивающемуся явлению в интернет-коммуникации посвящен анализ интернет-форума соседей. Он показал, что здесь коммуникативные риски вызываются неумением граждан строить свое общение, непродуманностью коммуникации, нечеткостью изложения мысли, несоблюдением жанровых форм общения, излишней категоричностью речи, чрезмерной ее агрессивностью, недостаточной общностью апперцепционных баз коммуникантов, выяснением отношений. Социальная практика населения в этом новом виде коммуникативной деятельности, как считают авторы данной главы, требует продолжения работы по культуре речи на всех уровнях образования:

«необходимо обучать логичному, точному изложению своей позиции, деловому и конструктивному обсуждению повседневных проблем, эффективному ведению спора, умению различать дискуссию и полемику» (С. 142).

Значительный материал, собранный во время различных совещаний и обсуждений в нескольких крупных фирмах и банках, дал возможность определить коммуникативные риски в устной корпоративной речи, а анализ общения незнакомых людей как разновидности периферийной зоны неофициального общения выявил нецелесообразное использование образных средств. В рамках устного научного дискурса изучена монологическая (тексты лекций) и диалогическая (научные обсуждения)

речь в общем объеме около 27000 словоупотреблений и рассмотрены коммуникативные риски неправильного понимания, риски, вызванные нарушением этических норм, частым и неуместным употреблением вспомогательных единиц.

В заключении подчеркивается опасность последствий непреодоленных коммуникативных рисков в разных сферах общения и утверждается необходимость квалифицированного продолжения их исследования.

Хочется надеяться, что монография привлечет внимание исследователей и послужит стимулом для молодых ученых, занимающихся проблемами развития и функционирования языковых систем.