

**ПЕРМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ**

ЕВРАЗИЙСКИЙ ГУМАНИТАРНЫЙ ЖУРНАЛ

**Научный журнал
№ 3, 2022**

Настоящий научный журнал представляет материалы, освещающие актуальные вопросы общего языкознания, переводоведения, социо- и психолингвистики, функциональной грамматики, когнитивной лингвистики, дискурсологии, русской литературы, литературы народов РФ, зарубежной литературы, лингводидактики, педагогики. Материалы предназначены для широкого круга специалистов в области филологии и педагогики. Статьи рецензируются. Перепечатка без разрешения редакции запрещена, ссылки на журнал при цитировании обязательны.

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ

Шустова Светлана Викторовна – главный редактор, доктор филологических наук, профессор (Россия, г. Пермь, Пермский государственный национальный исследовательский университет)

Аверина Анна Викторовна – заместитель главного редактора, доктор филологических наук, профессор (Россия, г. Москва, Московский государственный областной университет)

Меньшакова Надежда Николаевна – заместитель главного редактора, кандидат филологических наук, доцент (Россия, г. Пермь, Пермский государственный национальный исследовательский университет)

Андросова Светлана Викторовна – доктор филологических наук, профессор (Россия, г. Благовещенск, Амурский государственный университет)

Безукладников Константин Эдуардович – доктор педагогических наук, профессор (Россия, г. Пермь, Пермский государственный гуманитарно-педагогический университет)

Братухин Александр Юрьевич – доктор филологических наук, профессор (Россия, г. Пермь, Пермский государственный национальный исследовательский университет)

Зеленина Тамара Ивановна – доктор филологических наук, профессор (Россия, г. Ижевск, Удмуртский государственный университет)

Иоселиани Аза Давидовна – доктор философских наук, профессор (Россия, г. Москва, Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации)

Комарова Юлия Александровна – доктор педагогических наук, профессор (Россия, г. Санкт-Петербург, Российский государственный педагогический университет им. А. И. Герцена)

Кондаков Борис Вадимович – доктор филологических наук, профессор (Россия, г. Пермь, Пермский государственный национальный исследовательский университет)

Костева Виктория Михайловна – доктор филологических наук, профессор (Россия, г. Москва, Московский государственный лингвистический университет)

Проскурнин Борис Михайлович – доктор филологических наук, профессор (Россия, г. Пермь, Пермский государственный национальный исследовательский университет)

Семенко Наталия Николаевна – доктор филологических наук, профессор (Россия, г. Белгород, Старый Оскол, Белгородский государственный национальный исследовательский университет)

Трофимова Нелли Аркадьевна – доктор филологических наук, профессор (Россия, г. Санкт-Петербург, Национальный исследовательский университет Высшая школа экономики)

Файзиева Галина Владимировна – доктор филологических наук, профессор (Россия, г. Астрахань, Астраханский государственный университет)

Шипова Ирина Алексеевна – доктор филологических наук, профессор (Россия, г. Москва, Московский педагогический государственный университет)

Сюткина Надежда Павловна – ответственный секретарь, кандидат филологических наук, доцент (Россия, г. Пермь, Пермский государственный национальный исследовательский университет)

Карзенкова Елена Петровна – технический редактор, старший преподаватель кафедры русского языка и стилистики (Россия, г. Пермь, Пермский государственный национальный исследовательский университет)

МЕЖДУНАРОДНЫЙ РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ

Ивашкевич Ирина Николаевна – кандидат филологических наук, доцент (Республика Беларусь, г. Минск, Белорусский государственный университет)

Магальянес Фернандо Латас – доктор филологических наук, профессор (Испания, г. Мадрид, университет Complutense, факультет немецкой филологии, г. Севилья, Институт германистики)

Мирчевска-Бошева Биляна – ассоциированный профессор (Македония, г. Скопье, университет им. Св. Кирилла и Мефодия)

Нагзибекова Мехриниссо Бозоровна – доктор филологических наук, профессор (Республика Таджикистан, г. Душанбе, Таджикский национальный университет)

Нижнева Наталья Николаевна – доктор педагогических наук, профессор (Республика Беларусь, г. Минск, Белорусский государственный университет)

Табидзе Манана Шотаевна – доктор филологических наук, профессор, действительный член Нью-Йоркской Академии наук, филолог-профессор (Грузия, г. Тбилиси, Грузинский университет им. св. Андрея Первозванного Патриаршества Грузин)

Ходжиматова Гулчехра Масаидовна – доктор педагогических наук, профессор (Республика Таджикистан, г. Душанбе, Таджикский национальный университет)

Шавхелишвили Бела Абрамовна – кандидат филологических наук, доцент (Грузия, г. Тбилиси, Сухумский государственный университет)

Ши Хуншэн (Shi Hongsheng) – профессор Научно-исследовательского института зарубежного страноведения и регионоведения Аньхойского университета, директор Центра по изучению России Аньхойского университета, постдоктор Хэйлунцзянского государственного университета КНР (Китай, г. Аньхой, Аньхойский университет)

Яхьяпур Марзие – кандидат филологических наук, профессор (Иран, г. Тегеран, Тегеранский университет)

Редакционная коллегия, 2022

Учредитель и издатель:
ФГАОУ ВО «Пермский государственный национальный исследовательский университет».
Адрес издателя: 614068, г. Пермь, ул. Букирева, 15.
Адрес редакции: 614068, г. Пермь, ул. Букирева, 15.
Подписано в печать 16.08.2022. Дата выхода в свет 17.08.2022.
Формат 60 × 84/8. Усл. печ. л. 14,88. Тираж 500 экз. Заказ № 925.

Территория распространения – Российская Федерация.
Договор с НАУЧНОЙ ЭЛЕКТРОННОЙ БИБЛИОТЕКОЙ:
№ 422-10 / 2017 от 26 октября 2017 г. Научный журнал теоретических и прикладных исследований. Издается с 2017 года. Бесплатно. Периодичность: с 2018 г. 4 раза в год.
Перепечатка материалов из журнала допускается только по согласованию с редколлекцией.

PERM STATE UNIVERSITY

EURASIAN HUMANITARIAN JOURNAL**SCIENTIFIC JOURNAL**
№ 3, 2022

The journal contains materials covering current issues of general linguistics, translation studies, sociolinguistics, psycholinguistics, functional grammar, cognitive linguistics, discourse, Russian literature, the literature of the peoples of the Russian Federation, foreign literature, linguodidactics, and pedagogics. The materials are intended for a wide range of specialists in the field of philology and pedagogics. Articles are reviewed. Reprinting without permission of the editorial board is prohibited, links to the journal are mandatory when quoting.

EDITORIAL BOARD**Svetlana V. Shustova** – Editor-in-chief, Grand Ph. D. (Philology), Professor (Russia, Perm, Perm State University)**Anna V. Averina** – Deputy Editor-in-Chief, Grand Ph. D. (Philology), Professor (Russia, Moscow, Moscow State Regional University)**Nadezda N. Menshakova** – Deputy Editor-in-Chief, Ph. D. (Philology), Associate Professor (Russia, Perm, Perm State University)**Svetlana V. Androsova** – Grand Ph. D. (Philology), Professor (Russia, Blagoveshchensk, Amur State University)**Konstantin E. Besukladnikov** – Grand Ph. D. (Education), Professor (Russia, Perm, Perm State Humanitarian-Pedagogical University)**Alexander Yu. Bratukhin** – Grand Ph. D. (Philology), Professor (Russia, Perm, Perm State University)**Tamara I. Zelenina** – Grand Ph. D. (Philology), Professor (Russia, Izhevsk, Udmurt State University)**Aza D. Ioseliani** – Grand Ph. D. (Philosophy), Professor (Russia, Moscow, Financial University under the Government of the Russian Federation)**Yulia A. Komarova** – Grand Ph. D. (Education), Professor (Russia, St. Petersburg, The Herzen State Pedagogical University of Russia)**Boris V. Kondakov** – Grand Ph. D. (Philology), Professor (Russia, Perm, Perm State University)**Viktoria M. Kosteva** – Grand Ph. D. (Philology), Professor (Russia, Moscow, Moscow State Linguistic University)**Boris M. Proskurnin** – Grand Ph. D. (Philology), Professor (Russia, Perm, Perm State University)**Natalia N. Semenko** – Grand Ph. D. (Philology), Professor (Russia, Belgorod, Stary Oskol, Belgorod State National Research University)**Nelly A. Trofimova** – Grand Ph. D. (Philology), Professor (Russia, St.-Petersburg, National Research University Higher School of Economics)**Galina V. Faizieva** – Grand Ph. D. (Philology), Professor (Russia, Astrakhan, Astrakhan State University)**Irina A. Shipova** – Grand Ph. D. (Philology), Professor (Russia, Moscow, Moscow Pedagogical State University)**Nadezda P. Syutkina** – Executive Secretary, Ph. D. (Philology), Associate Professor (Russia, Perm, Perm State University)**Elena P. Karzenkova** – Technical Reviewer, Lecturer (Russia, Perm, Perm State University)**INTERNATIONAL EDITORIAL BOARD****Irina N. Ivashkevich** – Ph. D. (Philology), Associate Professor (Republic of Belarus, Minsk, Belarusian State University)**Fernando Magallanes Latas** – Grand Ph. D. (Philology), Professor (Spain, Madrid, Complutense University of Madrid; Seville, University of Seville)**Biljana Mirchevska-Bosheva** – Grand Ph. D. (Philology), Associate Professor (Macedonia, Skopje, Ss. Cyril and Methodius University in Skopje)**Mekhriniso B. Nagzibekova** – Grand Ph. D. (Philology), Professor (Republic of Tajikistan, Dushanbe, Tajik National University)**Natalya N. Nizhneva** – Grand Ph. D., Professor (Republic of Belarus, Minsk, Belarus State University)**Manana Sh. Tabidze** – Grand Ph. D. (Philology), Professor, Member of New York Science Academy (Georgia, Tbilisi, Georgian University. St. Andrey of the First-Called Patriarchate of Georgia)**Gulchehra M. Hodzimatova** – Grand Ph. D. (Education), Professor (Republic of Tajikistan, Dushanbe, Tajik National University)**Bella A. Shavhelishvily** – Ph. D. (Philology), Associate Professor (Georgia, Tbilisi, Sukhumi State University)**Shi Hongsheng** – Grand Ph. D. (Philology), Professor, Director of the Center for the Study of Russia, Postdoc of Heilongjiang State University of China (China, Anhui, Anhui University)**Yahyapur Marziye** – Ph. D. (Philology), Professor (Iran, Tegeran, Teheran University)

СОДЕРЖАНИЕ

ОБЩИЕ ВОПРОСЫ ЯЗЫКОЗНАНИЯ	4
<i>Путина О.Н.</i> ВИРТУАЛЬНЫЙ ДИСКУРС КАК СОВРЕМЕННАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ СРЕДА: ДОСТОИНСТВА И НЕДОСТАТКИ	4
<i>Олешковская У.А., Шустова С.В.</i> ФУНКЦИИ ИНАУГУРАЦИОННОГО ОБРАЩЕНИЯ	10
<i>Тихомирова Л.С., Карзенкова Е.П.</i> ЭМОЦИЯ СТРАХА В СОЦИАЛЬНОЙ И КОММЕРЧЕСКОЙ РЕКЛАМЕ (НА ПРИМЕРЕ ТЕКСТОВ Г. ПЕРМИ)	16
<i>Костыря А.В., Иванова А.В.</i> РОМАН «ДОН КИХОТ» И ИНТЕРТЕКСТУАЛЬНЫЕ ОТСЫЛКИ ВО ВТОРИЧНЫХ ТЕКСТАХ	24
<i>Меньшакова Н.Н., Валеева А.Р.</i> АПЕЛЛЯТИВНАЯ ФУНКЦИЯ ПАРЕМИЙ: СОВЕТ И ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ	30
<i>Карзенкова Е.П., Тань Юньсяо</i> КИТАЙСКИЙ РЕКЛАМНЫЙ СЛОГАН: ИГРА СЛОВ	36
ПЕРЕВОДОВЕДЕНИЕ	43
<i>Хорошева Н.В., Бабич Е.Н.</i> РИТМ КАК ЭКСПРЕССИВНЫЙ ТЕКСТООБРАЗУЮЩИЙ ЭЛЕМЕНТ ИНАУГУРАЦИОННОЙ РЕЧИ ПРЕЗИДЕНТА: ПРОБЛЕМЫ ПЕРЕВОДА	43
<i>Хрусталева М.А., Шарафутдинова А.Т.</i> ИНФОГРАФИКА КАК ОСОБЫЙ СПОСОБ ВИЗУАЛИЗАЦИИ СМЫСЛА ТЕКСТА ПРИ ПЕРЕВОДЕ: КОГНИТИВНО-ДИСКУРСИВНЫЙ АСПЕКТ	52
<i>Хрусталева М.А., Суклемина А.К.</i> ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКИЕ СООТВЕТСТВИЯ ИЛИ ВЫЯВЛЕНИЕ ПЕРЕВОДЧЕСКИХ ТРУДНОСТЕЙ В КОГНИТИВНОМ АСПЕКТЕ	61
<i>Ушакова А.О.</i> ПОСТРЕДАКТИРОВАНИЕ МАШИННОГО ПЕРЕВОДА ТЕХНИЧЕСКОГО ТЕКСТА	69
ЛИТЕРАТУРОВЕДЕНИЕ	77
<i>Чжан Юаньюань</i> ТВОРЧЕСТВО В. ПЕРЕЛЕШИНА В РОССИЙСКОМ И «ЗАПАДНОМ» ЛИТЕРАТУРОВЕДЕНИИ	77
<i>Ли Цянь</i> ПОЭЗИЯ С.А. ЕСЕНИНА В КИТАЕ	86
<i>Роготнев И.Ю.</i> ЭТИКЕТ КОМИЧЕСКИХ КОММУНИКАЦИЙ	93
ПЕДАГОГИКА	111
<i>Горошенкина Е.А.</i> ПРИЁМЫ И МЕТОДЫ РАЗВИТИЯ КОМПОНЕНТОВ ПЕДАГОГИЧЕСКОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ РОДИТЕЛЕЙ МЛАДШИХ ПОДРОСТКОВ С УЧЕТОМ ГЕНДЕРНОГО ПОДХОДА (ПО ДАННЫМ ЭКСПЕРИМЕНТА 2014–2021 ГГ.)	111
МИГРАЦИОННАЯ ПЕДАГОГИКА	119
<i>Неведицына Т.В., Анкина К.Б., Писарева Т.Г.</i> ОБУЧЕНИЕ РУССКОМУ ЯЗЫКУ ДЕТЕЙ СТАРШЕГО ДОШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА ИЗ СЕМЕЙ МИГРАНТОВ В УСЛОВИЯХ ДЕТСКОГО САДА	119
ПОРЯДОК ПУБЛИКАЦИИ И РЕЦЕНЗИРОВАНИЯ СТАТЬИ	124
УСЛОВИЯ ПУБЛИКАЦИИ	128

Евразийский гуманитарный журнал. 2022. № 3. С. 4–9.
Eurasian Humanitarian Journal. 2022. No. 3. P. 4-9.

УДК 81'42

ВИРТУАЛЬНЫЙ ДИСКУРС КАК СОВРЕМЕННАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ СРЕДА: ДОСТОИНСТВА И НЕДОСТАТКИ

Ольга Николаевна Путина

Пермский государственный национальный исследовательский университет, Пермь, Россия,
onputina@mail.ru

Аннотация. Виртуальный дискурс получил широкое распространение в связи с повсеместным применением дистанционной коммуникации в сфере политики, экономики, культуры и образования. Виртуальное пространство создано искусственно и существенно отличается от живого реального общения. Электронные дивайсы рассматриваются в виртуальном дискурсе как технические средства, а за виртуальными коммуникантами скрываются реальные личности, вовлеченные в относительно новый и весьма специфический вид дискурса, требующий более глубокого как теоретического, так и практического исследования. Текст, погруженный в ситуацию общения в виртуальной реальности, рассматривается как виртуальный дискурс. Виртуальный дискурс характеризуется синхронной и асинхронной моделями, обеспечивающими его функциональность, гибкость и динамичность, а также формирует особое коммуникативное пространство. Данный дискурс является видом символической реальности, его своеобразие опосредовано свойствами виртуального мира и мышления. В связи с возникновением виртуальной образовательной среды преподаватель вынужден осваивать новые многочисленные функции: структурировать виртуальную среду, свободно владеть технологиями использования, передачи, обработки, хранения информации, осваивать субъязык онлайн коммуникации. Студенту, вовлеченному в виртуальную среду и физически изолированному от учебного заведения, для достижения планируемых академических результатов необходимо быть мотивированным, дисциплинированным, трудолюбивым, а также обладать навыками самостоятельной работы. Цель изучения виртуального дискурса в образовательной среде заключается в понимании его специфики, в исследовании его параметров, которые можно классифицировать на достоинства и недостатки, а также в анализе речи, действий и мышления его непосредственных участников. Важным аспектом современного образовательного пространства является поиск баланса между виртуальным и реальным дискурсами.

Ключевые слова: виртуальный дискурс, реальный дискурс, виртуальное мышление, образовательная среда, синхронная коммуникация, асинхронная коммуникация.

Для цитирования: Путина О.Н. Виртуальный дискурс как современная образовательная среда: достоинства и недостатки // Евразийский гуманитарный журнал. 2022. № 3. С. 4–9.

Original article

VIRTUAL DISCOURSE AS MODERN EDUCATIONAL ENVIRONMENT: PROS AND CONS

Olga N. Putina

Perm State University, Perm, Russia, onputina@mail.ru

Abstract. Virtual discourse has become widespread due to the popularity of distance communication in politics, economics, culture and education. Virtual space is created artificially and differs significantly from live real communication. Electronic devices are seen in virtual discourse as technical tools, while virtual

communicators represent real individuals involved in a relatively new and very specific type of discourse that requires more in-depth theoretical and practical studies. The text immersed in the situation of communication in virtual reality is regarded as virtual discourse. Virtual discourse is characterized by synchronous and asynchronous models that ensure its functionality, flexibility and dynamism and form a special communicative space. This discourse is a type of symbolic reality, its uniqueness is mediated by the properties of the virtual world and thinking. Due to the emergence of virtual educational environment a teacher has to master numerous new functions: to structure virtual environment, to be fluent in technologies of using, transmitting, processing, storing information, to master the sub-language of online communication. A student involved in virtual environment and physically isolated from the educational institution needs to be motivated, disciplined, industrious, as well as possess independent work skills in order to achieve the planned academic results. The purpose of studying virtual discourse in an educational environment is to understand its specificity, to investigate its parameters, which can be classified into advantages and disadvantages, and to analyze speech, actions and thinking of its direct participants. An important aspect of contemporary educational space is the search for balance between virtual and real discourses.

Keywords: virtual discourse, real discourse, virtual thinking, educational environment, synchronous communication, asynchronous communication.

For citation: Putina O.N. Virtual discourse as modern educational environment: pros and cons. Eurasian Humanitarian Journal. 2022;3:4-9. (In Russ.).

Введение

В современной образовательной среде понятие виртуального дискурса получило широкое применение, что связано, в первую очередь, с повсеместным распространением дистанционного обучения в условиях пандемии. Виртуальное пространство создано искусственно и, безусловно, существенно отличается от живого реального общения. Однако за виртуальными коммуникантами скрываются реальные личности, а компьютер, планшет, телефон или любой другой электронный девайс рассматриваются лишь как технические средства связи. Изучение проблем виртуальной коммуникации представляет огромный интерес для социальной философии, психологии, лингвистики, и зачастую эти три направления объединяют достижения для более объективной оценки процессов виртуального пространства. Виртуальный дискурс может реализовываться как в монологической, так и диалогической речи, характеризуется многочисленными жанрами в зависимости от сферы использования. Своеобразие общения участников виртуальной и реальной коммуникации заключается в определенных прагматических установках и целях общения. Для эффективного функционирования виртуальной образовательной среды как системы участникам рекомендуется действовать совместно, дисциплинированно и сбалансированно.

Основная часть

Термин виртуальный дискурс образован из двух составляющих – дискурс и виртуальный. В Новой философской энциклопедии под редакцией В.С. Стёпина дискурс трактуется как “язык в языке”: определенная лексика, семантика, прагматика и синтаксис, актуализирующиеся в речи и текстах [НФЭ 2001: эл. ресурс]. Синонимами, а также близкими по смыслу словами и выражениями к слову «виртуальный» являются: *иллюзорный, нереальный, ирреальный, воображаемый, призрачный, видимый, мнимый, кажущийся, призрачный, эфемерный, фиктивный, допустимый, потенциальный, предполагаемый, возможный, вероятный, мысленный, мыслительный, условный, отсутствующий, вымышленный, мнимый, кажущийся, фантастический, химерический, несуществующий* [КС: эл. ресурс]. Поэтому виртуальный дискурс может рассматриваться как текст, существующий в виртуальной реальности, обладающий основными свойствами данной реальности (порожденность, актуальность, автономность, интерактивность, погруженность) [Лутовинова 2007: 35]. Виртуальный дискурс – это письменная и устная речь с ее лексическими, семантическими, прагматическими и синтаксическими параметрами, погруженная в ситуацию особого вида синхронной и асинхронной коммуникации.

Возникновение нового виртуального дискурсивного пространства позволяет говорить о возникновении новой формы языкового взаимодействия. Письменная фиксация устной речи позволила передавать особенности устной речи графически, например, в виртуальном дискурсе используются простые предложения и синтаксические конструкции, не всегда соблюдается порядок слов, часто нарушается логика при построении текста. Онлайн коммуникация в отличие от реальной не всегда позволяет оценить жесты, позы, мимику, которые замещаются употреблением графических символов (эмодиконы, диаграммы, фотографии, рисунки, пунктуация, caps lock и т. д.), отражающих эмоциональное состояние коммуникантов [Гриценко 2011: 17–20]. Виртуальный дискурс характеризуется синхронной и асинхронной моделями, что обеспечивает его функциональность, гибкость и динамичность. Синхронная модель включает следующие параметры: высокий уровень интерактивности; возможность как устной, так и письменной коммуникации; создание уникальных ситуаций общения в режиме реального времени; высокая вовлеченность участников в процесс общения; повышение коммуникативной компетенции (когерентность и беглость речи, адекватность выбора лексических единиц, употребление дискурсивных маркеров); фокусировка внимания на передаче смысла в ущерб грамотности построения речевого высказывания. При синхронной устной и письменной коммуникации уникальные ситуации общения отличаются значительно более высоким уровнем интерактивности. Синхронная коммуникация ведет к повышению коммуникативной компетенции всех участников процесса.

Асинхронная модель виртуального дискурса обладает иными характеристиками: общение по электронной почте, в мессенджерах, социальных медиа и т. п. (эффект отложенной коммуникации); возможность создания более качественного и сложного текста (структурно и содержательно); возможность детального анализа логической структуры в процессе производства текста; возможность редактирования текста (орфография, грамматика, стилистика, пунктуация); возможность как индивидуального, так и группового создания письменных текстов и графических продуктов [Miro: эл. ресурс]; возможность выбора удобного временного режима деятельности. При асинхронной коммуникации растянутость временных рамок предоставляет возможность более тщательного продумывания и редактирования иноязычного письменного текста. Особенно эффективна асинхронная коммуникация в обучении письму (объемных письменных заданий по типу резюме, эссе, реферат, проект и т. д.). Письменный текст создается индивидуально и анализируется в процессе производства. Студенты с разным уровнем языковой компетенции могут работать в удобном для них временном режиме [Смыковская 2003: эл. ресурс].

Далее обратимся к понятию виртуальная образовательная среда как «открытая система, в рамках которой на основе применения технологий виртуальной реальности обеспечивается эффективное интерактивное обучение и самообучение в образовательном процессе» [Лубков 2007: 5]. Виртуальная образовательная среда динамична и гибка и поэтому способна вовлечь в образовательный процесс значительное число обучаемых. Такая среда ориентирована на выполнение разнообразных видов самостоятельной (информационно поисковой, экспериментально исследовательской, научно-практической) деятельности студентов [там же: 18]. По утверждению Н.Г. Асмус, еще одной важной чертой любой виртуальной среды является карнавализация: языковая личность коммуниканта рассматривается через понятие «речевой маски» как речевого приема, используемого для создания особого игрового импровизационного стиля общения с виртуальными личностями в новой коммуникативной среде [Асмус 2005: 7]. Карнавализация в виртуальном образовательном дискурсе представлена в использовании его участниками разнообразных имен (ников). Таким образом, специфика виртуального дискурса в образовательной среде в отличие от реального дискурса заключается в использовании многочисленных инновационных коммуникационных средств и компьютерной техники, в применении индивидуального подхода к потребностям личности, в обучении большого количества студентов одновременно, в возможности использовать, преобразовывать, передавать, обрабатывать, накапливать и хранить большие массивы учебной и методической информации.

Одной из целей изучения виртуального дискурса в образовательной среде является исследование его параметров, которые можно классифицировать на две группы: достоинства и недостатки. К очевидным достоинствам виртуального дискурса мы относим:

1) отсутствие возможного психологического дискомфорта в процессе общения (нет невербальных параметров коммуникации и непосредственного физического контакта с собеседником);

2) гибкость коммуникации (в режиме асинхронной коммуникации студент имеет возможность выбрать удобное место и время, собственный темп и ритм; корректировать учебный процесс, возвращаться к материалу; осуществлять самопроверку и т. д.);

3) анонимность общения как возможность общения с неизвестным / малоизвестным партнером;

4) приобретение нового и уникального опыта, который невозможно или трудно приобрести в реальной жизни (шанс безопасно примерить на себя различные роли и тем самым обогатить свою личность) [Виртуальный дискурс как особый вид дискурса: эл. ресурс];

5) увеличение возможностей индивидуального взаимодействия преподавателя и студента (онлайн консультации);

6) демократизация стиля общения между преподавателем и студентом (уход от организации учебного процесса с ролями пассивного обучающегося и активного, полноправного педагога) [Преподаватель в виртуальной образовательной среде: эл. ресурс];

7) полифоничность (множественность интерпретаций информационных контентов) [Курбатов 2013: 62];

8) интерактивность коммуникативного процесса (использование онлайн-платформы Migo для оптимизация совместной удаленной работы). Migo была создана в г. Пермь, Россия в 2011 г. А. Хусидом и О. Шардиным и быстро завоевала международный рынок. Данная платформа доступна в браузере или мобильном приложении, главным условием является доступ к сети Интернет. Интерактивная доска физически безгранична, сопровождается видеоинструкцией и техподдержкой. В бесплатной версии на доске можно писать и редактировать любые виды и объемы текстов; прикреплять картинки, стикеры и файлы различных форматов; рисовать и писать от руки; работать одной группой или несколькими группами одновременно) [Migo: эл. ресурс];

9) дистантность участников процесса (по состоянию здоровья, из-за эпидемиологической ситуации, физической удаленности и т. д.).

В то же время недостатками виртуального дискурса являются:

1) изоляция (виртуальный мир становится более привлекательным и предпочтительным, чем реальный: происходит смещение потребностей – из средства виртуальный мир превращается в самоцель, в результате чего происходит потеря связи с реальным миром);

2) обезличивание (виртуальный мир – это мертвый мир, где нет места живым уникальным существам; есть шанс заразиться обезличенным отношением к другим людям и окружающему миру в целом);

3) анонимность общения (в виду безнаказанности приводит к таким явлениям как вербальная агрессия, hate speech, bullying, trolling etc.);

4) необходимость освоения преподавателем новых технологий виртуальной коммуникации (использование, преобразование, передача, обработка, накопление, хранение и контроль информации);

5) возникновение новой функции и обязанности преподавателя: подготовка виртуального учебно-методического комплекса (развитие навыков по структурированию виртуальной образовательной среды; размещение материалов в оболочку виртуальной среды; необходимость создания электронной базы аудио и видеоматериалов) [Преподаватель в виртуальной образовательной среде: эл. ресурс];

6) появление особой сетевой этики и возникновение специфического субъязыка для онлайн занятий по английскому языку – Classroom language for online lessons (занятия проводятся в режиме онлайн в "цифровых" классах (digital classrooms), а не "лицом к лицу" (face-to-face environment). Например, следующие фразы на английском языке типичны для онлайн обучения: *Here is the link to the lesson. Join the meeting with video and audio. Can you see/hear me? Can you see my screen? I will share my screen. Turn on/off your camera. There's some background noise. Please follow the link in the chat. Type the answer in the chatbox. Please check your Internet connection. Please try to rejoin the meeting. Sorry, my battery is low, I need to get a charger* [Classroom language for online lessons 2020: эл. ресурс];

7) сенсорная деградация (виртуальный мир сенсорно ограничен, что может привести к притуплению и даже атрофии естественных сенсорных способностей человека);

8) бессистемность виртуальной речи (в использовании лексических единиц; демонстрации смысловой неопределенности, текстуальной незаконченности; отсутствии общепринятых интерпретаций; отрывочности; отсутствии аргументации [Курбатов 2013: 65];

9) бессистемность виртуального мышления («месседжевый» / отрывочный характер процессов мышления; мозаичная картина мира с типичными для нее хаосом восприятий, сумятицей смыслов, иллюзиями представлений, заблуждениями, преднамеренной дезинформацией и манипуляцией; клиповое мышление как упрощенное мышление потребителя, цель которого заключается не в осмыслении информации, а в постоянном получении новой информации, быстрому и поверхностному просматриванию и перелистыванию сайтов) [Курбатов 2013: 66–67];

10) формоование стойкой привычки общения в социальных сетях, в том числе в образовательных и профессиональных целях: в частности Л. Торвальдс, разработчик операционной системы Linux, заявил, что ненавидит современные «социальные медиа» и считает их болезнью, так как они способны поощрять недостойное речевое поведение и практически никем не контролируются (реакция на явные нарушения правил коммуникации часто запаздывает и ограничивается лишь блокировкой аккаунта). Более того, по его мнению, Интернет-общение нивелирует многие социальные и культурные признаки коммуникации, что позволяет упускать такие важные аспекты живого реального общения как, например, эмпатия, юмор, ирония и т. п. [Interview with Linus Torvalds 2019: эл. ресурс];

11) необходимость развития исключительной мотивированности, трудолюбия и самодисциплины для достижения академических целей, так как в условиях виртуальной образовательной среды студент физически изолирован от учебного заведения и, соответственно, не контролируется преподавателем напрямую [Преимущества виртуальной образовательной среды: эл. ресурс].

В конечном счете, виртуальный дискурс со всеми его достоинствами и недостатками характеризуется абсолютным погружением его автора в ситуацию виртуального коммуникативного акта и преобразованием этого автора в виртуальную личность, часто не совпадающую с образом реальной действительности [Дискурс и его виды: эл. ресурс].

Заключение

Виртуальный дискурс в современной образовательной среде, представленный синхронной и асинхронной моделями, получил необычайно широкую распространенность и трактуется как текст, погруженный в ситуацию общения в виртуальной реальности. Цели и перспективы изучения виртуального образовательного дискурса заключаются в определении его специфики, в исследовании его разнообразных параметров, достоинств, недостатков, а также в анализе виртуальной речи и мышления его участников.

Важным аспектом современного образовательного пространства является поиск баланса между виртуальным и реальным дискурсами, так как доминирование виртуального дискурса может иметь весьма негативные последствия для его участников: привыкание к виртуальному миру и проецирование его законов на мир реальный; потеря способности к

системному мышлению и формированию упрощенного мышления, которое исключает развитие целостной и глубокой личности; восприятие виртуального мира как единственного убежища (в особенности для человека со слабым личностным потенциалом); неадекватная оценка реальности из-за преобладания виртуального дискурса над реальным, способная стать причиной конфликтов на всех уровнях – межличностном, культурном, социальном, национальном, экономическом, политическом.

Список литературы

1. Асмус Н.Г. Лингвистические особенности виртуального коммуникативного пространства. Автореф. ... к. филол. н. Челябинск, 2005. 24 с.
2. Виртуальный дискурс как особый вид дискурса. URL: <https://cro.edu-vrn.ru/wp-content/uploads/2015/.pdf> (дата обращения: 24.03.2022).
3. Гриценко Л.М. Особенности виртуального дискурса // Молодой ученый. 2011. № 6 (29). Т. 2. С. 17–20.
4. Дискурс и его виды. URL: https://studbooks.net/2141527/informatika/diskurs_vidy_virtualnyy_diskurs (дата обращения: 24.04.2022).
5. КАРТАСЛОВ.РУ. Карта слов и выражений русского языка. URL: <https://kartaslov.ru/> (дата обращения: 24.02.2022) – КС.
6. Курбатов В.И. Виртуальная коммуникация, виртуальное сетевое мышление и виртуальный язык // Гуманитарий Юга России. 2013. № 4. С. 56–68.
7. Лубков Р.В. Дидактический потенциал виртуальной образовательной среды. Автореф. ... к. пед. н. Самара, 2007. 22 с.
8. Лутовинова О.В. Интерактивная компетенция и виртуальный дискурс // Язык и межкультурная компетенция. Сб. ст. / под общ. ред. Э.И. Цыпкина. Петрозаводск: Изд-во «Карельский государственный педагогический университет», 2007. С. 53–56.
9. Новая философская энциклопедия: В 4 т. Под редакцией В.С. Стёпина. 2001. URL: <https://iphras.ru/page12557492.htm> (дата обращения: 24.07.2022) – НФЭ.
10. Преимущества виртуальной образовательной среды. URL: <https://ped.bobrodobro.ru/3170> (дата обращения: 24.04.2022).
11. Преподаватель в виртуальной образовательной среде. URL: <https://ped.bobrodobro.ru/3173> (дата обращения: 24.04.2022).
12. Смыковская Е.П. Особенности синхронной и асинхронной коммуникации при обучении иностранному языку с помощью компьютерных технологий // Материалы 60 конференции студентов и аспирантов БГУ. 2003. URL: <http://elib.bsu.by/bitstream/123456789/22707/1/5.pdf> (дата обращения: 12.03.2022).
13. Classroom language for online lessons. 01.09.2020. URL: <https://skyteach.ru/2020/09/01/classroom-language-for-online-lessons/> (дата обращения: 20.03.2022).
14. Interview with Linus Torvalds: Twenty Five Years Later (by Robert Young), April 2, 2019. URL: <https://www.linuxjournal.com/content/25-years-later-interview-linus-torvalds> (дата обращения: 21.03.2022).
15. Miro – Визуальная платформа для совместной работы распределенных команд. URL: <https://miro.com/ru/> (дата обращения: 21.02.2022).

Информация об авторе

О.Н. Путина – кандидат филологических наук, доцент, кафедра лингвистики и перевода, Пермский государственный национальный исследовательский университет.

Information about the author

O.N. Putina – Ph.D. (Philology), Associate Professor, Department of Linguistics and Translation, Perm State University.

Евразийский гуманитарный журнал. 2022. № 3. С. 10–15.
Eurasian Humanitarian Journal. 2022. No. 3. P. 10-15.

Научная статья
УДК 81'42

ФУНКЦИИ ИНАУГУРАЦИОННОГО ОБРАЩЕНИЯ

Ульяна Александровна Олешковская¹, Светлана Викторовна Шустова²

¹ МАУ ДО г. Перми «ДМШ № 3 «Доминанта», Пермь, Россия, ulyamusic@mail.ru

² Пермский государственный национальный исследовательский университет, Пермь, Россия, lanaschust@mail.ru

Аннотация. Современная ситуация в области международных отношений позволяет охватить новые сферы общения и оказывает значительное влияние на дипломатический дискурс и дипломатическую коммуникацию, вызывая в них появление новых черт. Дипломатический дискурс становится все более публичным феноменом, однако вместе с тем продолжает быть явлением недостаточно изученным. Освещение политических событий в СМИ открывает политикам беспрецедентные возможности для воздействия на широкую аудиторию. Воздействие может проявляться как в эксплицитном, так и в имплицитном виде и иметь разнообразные формы. Языковые формы проявления такого воздействия представляют собой актуализацию категории каузативности, то есть намерение воздействуя, изменить состояние человека или побудить его совершить какое-либо действие. В настоящей статье исследуется вопрос о функциях инаугурационного обращения, выявленных в статье Э. Трасс от 18 сентября 2021 г., опубликованной в "The Sunday Telegraph". Целью статьи является разработка методики анализа прагматических функций языковых средств, используемых в дипломатическом дискурсе. В работу введен актуальный языковой материал. Обращение к вопросу выявления и описания функций инаугурационного обращения связано с усилением внимания исследователей к анализу современных дискурсивных практик. Актуальность данного исследования обусловлена, с одной стороны, все большим интересом массового читателя и зрителя к политическим событиям, которое стало возможным благодаря стремительному росту интернет-коммуникаций, и, с другой стороны, непреходящим интересом к проблемам проявления каузативности на различных уровнях как в прямом, так и в косвенном видах.

Ключевые слова: дипломатический дискурс, инаугурационная речь, функции инаугурационного обращения, дискурсивная практика, каузативность.

Для цитирования: Олешковская У.А., Шустова С.В. Функции инаугурационного обращения // Евразийский гуманитарный журнал. 2022. № 3. С. 10–15.

Original article

FUNCTIONS OF THE INAUGURAL ADDRESS

Ulyana A. Oleshkovskaya¹, Svetlana V. Shustova²

¹ MAU TO Perm "DMSH N 3 "Dominant", Perm, Russia, ulyamusic@mail.ru

² Perm State University, Perm, Russia, lanaschust@mail.ru

Abstract. The current situation in the field of international relations makes it possible to cover new areas of communication and has a significant impact on diplomatic discourse and diplomatic communication, causing new features to appear in it. Diplomatic discourse is becoming an increasingly public phenomenon, but at the same time continues to be an insufficiently studied phenomenon. The coverage of political events in the media opens up unprecedented opportunities for politicians to influence a wide audience. The impact can manifest itself both explicitly and implicitly and have a

variety of forms. The linguistic forms of manifestation of such an impact represent the actualization of the category of causativity, that is, the intention to influence, change a person's condition or induce him to perform some action. This article examines the question of the functions of the inaugural address identified in the article by E. Truss dated September 18, 2021, published in "The Sunday Telegraph". The purpose of the article is to develop a methodology for analyzing the pragmatic functions of language tools used in diplomatic discourse. Up-to-date language material has been introduced into the work. The appeal to the issue of identifying and describing the functions of the inaugural address is associated with the increased attention of researchers to the analysis of modern discursive practices. The relevance of this research is due, on the one hand, to the growing interest of the mass reader and viewer in political events, which became possible due to the rapid growth of Internet communications, and, on the other hand, to the continuing interest in the problems of causativity at various levels, both in direct and indirect forms.

Keywords: diplomatic discourse, inaugural speech, functions of the inaugural address, discursive practice, causativity.

For citation: Oleshkovskaya U.A., Shustova S.V. Functions of the inaugural address. Eurasian Humanitarian Journal. 2022;3:10-15. (In Russ.).

Введение

В настоящее время во всем мире наблюдаются значительные изменения, связанные с интеграцией, глобализацией, непрерывно нарастающим научно-техническим прогрессом, политическими и социальными потрясениями, пандемией, нарушениями в сезонной изменчивости климата. Привычный распорядок и уклад жизни людей подвергается значительной трансформации. Современное человечество живет в ситуации дестабилизации и непрекращающихся перемен, что вызывает потребность и необходимость в межгосударственных диалогах. Дипломаты и политики различных стран все чаще садятся за стол переговоров, чтобы вместе выработать стратегии и тактики решения вопросов, встающих перед человечеством.

Современная ситуация в области международных отношений позволяет охватить новые сферы общения и оказывает значительное влияние на дипломатический дискурс и дипломатическую коммуникацию, вызывая в них появление новых черт. Дипломатический дискурс становится все более публичным феноменом, однако вместе с тем продолжает быть явлением недостаточно изученным. Освещение политических событий в СМИ открывает политикам беспрецедентные возможности для воздействия на широкую аудиторию. Воздействие может проявляться как в эксплицитном, так и в имплицитном виде и иметь разнообразные формы. Языковые формы проявления такого воздействия представляют собой актуализацию категории каузативности, то есть намерение воздействуя, изменить состояние человека или побудить его совершить какое-либо действие.

Актуальность данного исследования обусловлена, с одной стороны, все большим интересом массового читателя и зрителя к политическим событиям, которое стало возможным благодаря стремительному росту интернет-коммуникаций, и, с другой стороны, непреходящим интересом к проблемам проявления каузативности на различных уровнях как в прямом, так и в косвенном видах. В современной науке одним из основополагающих является понятие «дискурс». Это связано с тем, что исследуемое понятие находится на стыке нескольких дисциплин, а именно: лингвистика, психолингвистика, когнитивная психология, социоллингвистика и ряда других. Его определения мы можем найти у таких исследователей, как Э. Бенвенист, О.С. Иссерс, В.И. Карасик, Е.С. Кубрякова, М.Л. Макаров, Е.И. Шейгал, Т. van Dijk [Бенвенист 1974; Иссерс 2006; Карасик 2004; Кубрякова 2004; Макаров 2003; Шейгал 2000, van Dijk 2008]. В фокусе внимания авторов статьи находится inauguralная речь, рассматриваемая как жанр дипломатического дискурса. Дипломатический дискурс в той его части, которая ориентирована на массового адресата, имеет множество точек пересечения с политическим дискурсом. Кроме того, высшие правительственные чиновники, находящиеся у власти и обладающие наиболее полной информацией, часто имеют

«возможность осуществлять и политические, и дипломатические действия одновременно» [Терентий 2016: 103], то есть фактически выступают сразу в двух ролях – и дипломата, и политика. В своей деятельности языковыми средствами они интерпретируют реальность и направляют в нужную сторону сознание массового адресата, манипулируя им, а также осуществляют над ним социальный контроль. Если же они вступают в коммуникацию с равными по статусу партнерами, то на первый план выходит задача информирования и побуждения к действию. И в том, и в другом случае, «интенциональные потребности современного дипломатического дискурса» [Ковальчук 2019: 253] проявляются очень ярко, и можно констатировать наличие в данном типе дискурса регулятивной (побудительной) функции в качестве доминирующей, что актуализирует категорию каузативности.

Основная часть

Традиция произносить речь при инаугурации президента восходит к 1789 г. и связана с именем Джорджа Вашингтона, первого президента США. С тех пор эта традиция стала обязательной частью инаугурационной церемонии и распространила свое влияние на другие страны. Жанр «инаугурационной речи» имеет ряд характерных типологических признаков, которые подробно описаны и изучены разными исследователями. Е.И. Шейгал пишет о том, что «инаугурационная речь» как жанр относится к политическим перформативам. Действительно, президент, произнося речь, тем самым приносит клятву, и эта клятва является текстом-перформативом [Шейгал 2002].

Безусловно, министр иностранных дел – одна из ключевых политических фигур в правительстве любой страны, один из самых высоких политических постов по значимости, и, вероятно, в Великобритании, после ее выхода из ЕС, эта должность могла приобрести еще большую значимость. Учитывая, во-первых, глобалистические тенденции, которые приводят к взаимовлиянию и некоторой унификации многих традиций и обычаев, а во-вторых, тесное сотрудничество Великобритании и США и единство политической позиции по многим вопросам. Признаки жанра «инаугурационная речь» выявлены в авторской статье Э. Трасс от 18 сентября 2021 г. в газете “The Sunday Telegraph”, которая была опубликована сразу после назначения ее на пост министра иностранных дел Великобритании. Эта статья явилась первым обращением министра к народу после ее назначения на этот пост, и по сути она является неким подобием «инаугурационной речи», хотя и в меньшем масштабе. Выделяются четыре основные функции инаугурационного обращения: интегративная, инспиративная, декларативная, перформативная [Шейгал 2002]. Рассмотрим специфику и средства реализации каждой из данных функций.

Интегративная функция обеспечивает утверждение единства нации в важный для нее момент истории [там же]. Актуализировать данную функцию помогают эксплицитные маркеры – знаки интеграции: *we, our, people across the UK and beyond, closer together*. Самого яркого признака интегративности – призыва к единению в эксплицитном виде в речи не выявлено, но зато найдено большое количество маркеров, имплицитно показывающих единство страны и нации: *This is Global Britain in action: going out into the world in a positive and confident spirit / Это Глобальная Британия в действии: выход в мир в позитивном и уверенном духе* (уподобление страны единому, живому, активно действующему организму, персонификация); *our status as the best place to live, work and do business / наш статус лучшего места для жизни, работы и ведения бизнеса* (прилагательное превосходной степени имплицитно подразумевает мысль о неповторимости, единственности страны, то есть в каком-то смысле обособления, а значит – внутреннего единения).

Инспиративная функция заключается в том, чтобы воспеть традиционные ценности нации и воодушевить ее на предстоящие великие дела [там же]. Намеки на имперское величие страны в прошлом прослеживаются в выражении *people across the UK and beyond / люди по всей Великобритании и за ее пределами* (заморские территории, которые и по сей день есть у страны). О нем говорится и в заголовке статьи – *Global Britain is planting*

its flag on the world stage / Глобальная Великобритания устанавливает свой флаг на мировой арене. Культурная отсылка к традиции водружать флаг страны на новой территории, тем самым присваивая ее себе, с одной стороны напоминает о великом прошлом Великобритании, а с другой стороны соединяет его с настоящим, утверждая новую роль Великобритании в мировом пространстве. Здесь также содержится имплицитный намек на то, что эта новая роль страны, более яркая и заметная для мирового сообщества возможна благодаря новому руководству. Таким образом, имплицитно происходит подтверждение того, что Э. Трасс на своем новом посту является прямым продолжателем традиции своих великих предков.

Существуют темы облигаторного использования в жанре инаугурационной речи, и одной из них является величие страны, а ключевым словом здесь выступает слово *great* [там же]: *our great country / наша великая страна.* Также показательны в этом отношении выражения *thriving cultural life / процветающая культурная жизнь; being an international hub / являясь международным центром; We are proud of the United Kingdom and our role in the world / Мы гордимся Соединенным Королевством и нашей ролью в мире; We are a global leader in development / Мы являемся мировым лидером в области развития.*

Воспевание лучших национальных черт неразрывно связано с утверждением национальных ценностей, пронесенных через века и сохраненных для будущих поколений: *an outward-looking, positive nation, confident in its ability to innovate, compete and lead / ориентированная на внешний мир, позитивная нация, уверенная в своей способности к инновациям, конкуренции и лидерству.* Косвенным свидетельством высоких достоинств нации служит ее готовность отстаивать демократические принципы равенства и свободы, стоять на страже высоких идеалов: *standing up for our values / отстаивание наших ценностей; Britain as a global force for good on vital issues / Великобритания как глобальная сила добра по жизненно важным вопросам; We are a fierce champion of freedom and free enterprise, promoting democracy and equality around the world / Мы являемся яростными защитниками свободы и свободного предпринимательства, продвигая демократию и равенство по всему миру.*

Высокий инспиративный потенциал имеет тема обновления. Недостаточно вспоминать заслуги прошлого, необходимо вдохновить людей идеей перемен, идеей обновления жизни: *to help us seize the opportunities – and tackle the challenges – of the modern age / чтобы помочь нам использовать возможности – и решать проблемы – современной эпохи; radical regulatory reform / радикальная реформа регулирования; the major challenges of our age / основные вызовы нашего века; to stimulate enterprise / стимулировать развитие предпринимательства.* В тексте часто используются лексические единицы, создающие образ нового и свежего, несущего изменения: *new, clean, vital / новый, чистый, жизненный.*

Декларативная функция заключается в постулировании принципов руководства. Декларация этих принципов лишь предлагается для размышления и не носит регулирующего характера, а проявляется через тему работы: *building deeper economic, diplomatic and security partnerships / создание более глубокого экономического, дипломатического партнерства и партнерства в области безопасности; building strong security ties around the world / создание прочных связей в области безопасности по всему миру; defending our interests and challenging unfair practices and malign acts / защищая наши интересы и оспаривая недобросовестную практику и злонамеренные действия; deepening our connections with the world's largest and fastest-growing economies / углубление наших связей с крупнейшими и наиболее динамично развивающимися экономиками мира.* Поскольку и дипломатический, и политический дискурс в последние годы имеет все больше точек пересечения и взаимопроникновения с другими типами институциональных дискурсов, то становится легко объяснимым большое количество выражений, посвященных экономическим взаимоотношениям Великобритании с различными странами: ведь именно сотрудничество с ними призвано улучшить благосостояние страны, о чем говорится не прямо, а в косвенном, «перевернутом» виде: *to*

level-up the country / для повышения уровня страны. Выражение «для повышения уровня страны» фактически означает, что уровень не настолько хороший, как хотелось бы, но визуально глаз отмечает слово *level-up*, и постфикс этого слова на подсознательном уровне имеет положительную коннотацию *подъем*, за счет которой отрицательная суть высказывания выглядит замаскированной.

Перформативная функция реализуется, во-первых, в том, что, произнося инаугурационную речь, президент тем самым эксплицитно подтверждает свое вступление в должность. Что касается Э. Трасс, то она начинает свою статью сообщением о предстоящей встрече в Нью-Йорке политических лидеров разных стран на заседании ООН, после чего следующей фразой она фактически и сообщает читателям, что, заняв этот пост, она принимает на себя обязательства, которые будет стараться выполнять наилучшим образом: *As Britain's new Foreign Secretary, I will be there making the case for building deeper economic, diplomatic and security partnerships in order to help us seize the opportunities – and tackle the challenges – of the modern age.* / Как новый министр иностранных дел Великобритании, я буду там выступать за создание более глубокого экономического, дипломатического партнерства и партнерства в области безопасности, чтобы помочь нам воспользоваться возможностями – и решить проблемы – современной эпохи. Во-вторых, она позиционирует себя, как достойного лидера, который держит руку на пульсе времени, следит за злободневными проблемами и всеми силами служит на благо своего государства, обязуясь заботиться о безопасности и процветании нации и следить за тем, чтобы слава о стране распространялась по всему миру: *I will ensure that our embassies and high commissions are banging the drum for Britain as a global force for good on vital issues such as tackling climate change and beating COVID-19, while also helping to secure the investment we need to stimulate enterprise and level-up the country.* / Я буду следить за тем, чтобы наши посольства и высокие представительства публично демонстрировали свою поддержку Британии как глобальной силы, работающей на благо человечества по таким жизненно важным вопросам, как борьба с изменением климата и победа над COVID-19, а также помогли обеспечить инвестиции, необходимые нам для стимулирования предпринимательства и повышения уровня жизни в стране. И, наконец, Э. Трасс завершает свою речь перформативным высказыванием – обещанием приносить на своем посту пользу гражданам страны: *I will ensure our foreign policy delivers for people across our great country.* / Именно так, в качестве министра иностранных дел, я обеспечу, чтобы наша внешняя политика приносила пользу людям по всей нашей великой стране. Важно, что три обещания композиционно расположены в самых важных стратегических точках статьи: первое из них открывает ее, второе находится в точке золотого сечения, то есть в месте смысловой кульминации, и последнее обещание является заключительной фразой статьи, венчая ее. Таким образом, мы видим, что прямые перформативы обещания на структурном уровне глубоко скрепляет всю статью, придавая ей композиционную стройность и тем самым усиливая ее влияние на читателя.

Кроме эксплицитно выраженной перформативности вся статья насыщена элементами каузативности косвенной, побудительной, целенаправленно воздействующей на создание нужного эмоционального состояния читателя. Взятый каждый по отдельности элемент, возможно, и не является сильно действующим средством, но, объединенные вместе, они накапливаются, создавая кумулятивный эффект.

Заключение

Перформативная функция реализуется в инаугурационной речи Э.Трасс эксплицитно следующим образом. Э. Трасс сообщает читателям о том, что, заняв этот пост, она принимает на себя обязательства, которые будет стараться выполнять наилучшим образом, то есть фактически дает клятву выполнять обязанности, связанные с ее новым

политическим постом. Затем она позиционирует себя, как достойного лидера, который служит на благо своего государства, обещая заботиться о безопасности и процветании нации, то есть дает второе обещание. И завершает Э. Трасс свою речь перформативным высказыванием – обещанием приносить на своем посту пользу гражданам страны. Важно, что три обещания композиционно расположены в самых важных стратегических точках статьи: первое из них открывает ее, второе находится в точке золотого сечения, то есть в месте смысловой кульминации, и последнее обещание является заключительной фразой статьи, венчая ее.

Список литературы

1. Бенвенист Э. Общая лингвистика. М.: Прогресс, 1974. 446 с.
2. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. Изд. 4-е, стереотипное. М.: КомКнига, 2006. 288 с.
3. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. М.: Гнозис, 2004. 389 с.
4. Карасик В.И. Язык социального статуса. М.: Институт языкознания АН СССР, Волгоградский педагогический институт, 1991. 495 с.
5. Карасик В.И., Бейлинсон, Л.И. Речевой жанр и речевое действие // Учебные записки. 2010. № 1. С. 123–126
6. Ковальчук О.В. Метафоричность как определяющая черта дипломатического дискурсивного пространства // Вопросы психолингвистики. 2019. 1 (39). С. 252–261.
7. Кубрякова Е.С. Язык и знание: На пути получения знаний о языке: Части речи с когнитивной точки зрения. Роль языка в познании мира. М.: Языки славянской культуры, 2004. 560 с.
8. Макарова Е.В., Полякова Л.С., Швидченко А.Ю., Южакова Ю.В. Современные теории дискурса // Язык и культура (Новосибирск). 2016. № 15. С. 50–54.
9. Терентий Л.М. Интенциональная структура дипломатического дискурса. Дис. ... д. филол. н. М., 2016. 447 с.
10. Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса. Волгоград: Перемена, 2000. 434 с.
11. Шейгал Е.И. Инаугурационное обращение как жанр политического дискурса // Жанры речи. 2002. № 3. С. 205–214.
12. Dijk T.A. Society and Discourse: How Social Contexts Influence Text and Talk. Barcelona: Pompeu Fabra University, Cambridge University Press, 2009. 287 p.
13. Dijk T.A. Discourse and Context: A Sociocognitive Approach. Barcelona: Pompeu Fabra University, Cambridge University Press, 2008. 283 p.

Информация об авторах

У.А. Олешковская – магистр, преподаватель теоретических дисциплин,
 МАУ ДО г. Перми «ДМШ N 3 «Доминанта»;
С.В. Шустова – доктор филологических наук, профессор,
 кафедра лингвистики и перевода,
 Пермский государственный национальный исследовательский университет.

Information about the authors

U.A. Oleshkovskaya – Master, Lecturer of Theoretical Disciplines,
 MAU TO Perm "DMSH N 3 "Dominant";
S.V. Shustova – Grand Ph.D. (Philology), Professor,
 Department of Linguistics and Translation,
 Perm State University.

Евразийский гуманитарный журнал. 2022. № 3. С. 16–23.
Eurasian Humanitarian Journal. 2022. No. 3. P. 16-23.

Научная статья
УДК 81'27'83: 070.4:808.1

ЭМОЦИЯ СТРАХА В СОЦИАЛЬНОЙ И КОММЕРЧЕСКОЙ РЕКЛАМЕ (НА ПРИМЕРЕ ТЕКСТОВ Г. ПЕРМИ)¹

Лариса Сергеевна Тихомирова¹, Елена Петровна Карзенкова²

^{1,2} Пермский государственный национальный исследовательский университет, Пермь, Россия

¹ tikhomirova.lar@yandex.ru

² karzenkova_e@mail.ru

Аннотация. Данная статья выполнена в рамках исследования массовой речевой культуры Пермского края, подпрежанного РФФИ. В статье изучается трансформация языковых, коммуникативных и этических норм в коммерческой и социальной рекламе. Авторами данной статьи рассматривается эскалация использования эмоции страха в текстах современной социальной и коммерческой рекламе (на примере текстов г. Перми). В рамках представленного научного исследования используются отечественные и зарубежные источники, выявлены речевые тактики, определяющие место и значение эмоции страха в коммуникативном пространстве современного рекламного текста. В статье рассматриваются тексты социальной и коммерческой рекламы: выделяются культурно-языковые факторы, имеющие первостепенное значение в процессе установления контакта, появления коммуникативного барьера или в случае возникновения непонимания и так или иначе «вызывающие» эмоцию страха. На основании эксперимента, проведённого с горожанами Перми разных возрастных групп, авторами статьи определена динамика оценки рекламных текстов, построенных на стимуляции страха как одной из базовых эмоций человека. В ходе анализа были выявлены особенности восприятия рекламы горожанами различных возрастов. Респонденты оценили тексты социальной и коммерческой рекламы в когнитивном, коммуникативном, эмоциональном аспектах, что позволило авторам статьи сделать предварительные выводы. Содержание данного исследования ориентировано на систематизацию подходов к изучению чувства страха в ситуациях, социально значимых для потребителя, в частности для «потребителя» рекламных текстов. Результаты исследования могут быть использованы в качестве теоретической основы при подготовке специалистов в области рекламоведения, а также в области теории и практики коммуникации.

Ключевые слова: рекламный текст, эмоция страха, социальная реклама, коммерческая реклама, когнитивная оценка, эмоциональная оценка, город Пермь.

Для цитирования: Тихомирова Л.С., Карзенкова Е.П. Эмоция страха в социальной и коммерческой рекламе (на примере текстов г. Перми) // Евразийский гуманитарный журнал. 2022. № 3. С. 16–23.

Original article

THE EMOTION OF FEAR IN SOCIAL AND COMMERCIAL ADVERTISING (ON THE EXAMPLE OF THE TEXTS FROM PERM)

Larisa S. Tikhomirova¹, Elena P. Karzenkova²

^{1,2} Perm State University, Perm, Russia

¹ tikhomirova.lar@yandex.ru

² karzenkova_e@mail.ru

¹ Исследование выполнено при поддержке гранта РФФИ № 20-412-590006 «Массовая речевая культура Пермского края: трансформация языковой, коммуникативной, этической нормы в XXI веке»).

© Тихомирова Л.С., Карзенкова Е.П., 2022

Abstract. This article is carried out within the framework of the study of the mass speech culture of the Perm Region, supported by the RFBR. The article studies the transformation of linguistic, communicative and ethical norms in commercial and social advertising. The authors of this article consider the escalation of the use of the emotion of fear in the texts of modern social and commercial advertising (on the example of the texts of Perm). Within the framework of the presented scientific research, which has its theoretical basis from domestic and foreign sources, speech tactics that determine the place and meaning of the emotion of fear in the communicative space of a modern advertising text are identified. The article examines the texts of social and commercial advertising: cultural and linguistic factors that are of paramount importance in the process of establishing contact, the appearance of a communicative barrier or in case of misunderstanding and somehow "causing" the emotion of fear are highlighted. Based on an experiment conducted with Perm citizens of different age groups, the authors of the article determined the dynamics of the evaluation of advertising texts based on the stimulation of fear as one of the basic human emotions. During the analysis, the peculiarities of the perception of advertising by citizens of different ages were revealed. Respondents evaluated the texts of social and commercial advertising in cognitive, communicative, and emotional aspects, which allowed the authors of the article to draw preliminary conclusions. The content of this study is focused on the systematization of approaches to the study of feelings of fear in situations that are socially significant for the consumer, in particular for the "consumer" of advertising texts. The results of the research can be used as a theoretical basis for training specialists in the field of advertising science, as well as in the field of theory and practice of communication.

Keywords: advertising text, emotion of fear, social advertising, commercial advertising, cognitive, communicative, emotional evaluation of the feeling of fear.

For citation: Tikhomirova L.S., Karzenkova E.P. The emotion of fear in social advertising (on the example of texts from Perm). Eurasian Humanitarian Journal. 2022;3:16-23. (In Russ.).

Введение

Реклама окружает нас повсюду, можно сказать, что мы живём в мире рекламы и уже, кажется, что существовать без неё не сможем. Влияние рекламной индустрии на все сферы жизнедеятельности отдельного человека и человечества трудно переоценить. Но какова реклама, каково её содержание? Какие интенции она в себе несёт и за счёт каких речевых стратегий достигает эффекта? Актуальность данного исследования обусловлена значимостью и ролью рекламы, которая в настоящее время является одной из самых динамичных сфер мировой экономики, а также тем, что рекламный текст всегда рассчитан на эмоциональное воздействие и, вызвав состояние страха, реклама застаёт адресата врасплох.

Индустрия социальной и коммерческой рекламы – это относительно новый социально-экономический, социально-культурный и научный феномен. К социальной рекламе относятся реклама по борьбе с наркотиками, по соблюдению правил дорожного движения, а кроме того, пропаганда здорового образа жизни и необходимости охраны окружающей среды. Нельзя не упомянуть и о коммерческой рекламе – рекламе товаров или услуг. Таким образом, реклама тесно связана и с социально-культурной сферой, и со сферой экономики, что свидетельствует о её интегративном характере. Совокупность и многообразие функций рекламы определяет трудность структурирования речевых приёмов и тактик, эффективно / неэффективно воздействующих на потребителя.

В рамках данной статьи нас будет интересовать социальная и коммерческая реклама, основанная на манипуляциях различными страхами и фобиями человека, то есть реклама, построенная с использованием «стимулирования» и/или провоцирования страха. Эмоция страха, по рабочему определению К.Э. Изарда, «складывается из определённых и вполне специфических физиологических изменений, экспрессивного поведения и специфического переживания, проистекающего из ожидания угрозы или опасности» [Изард 2002: 293; Izard 1991]. Эмоция страха имеет своим предназначением адаптацию человека к явлениям, потенциально опасным или выходящим за рамки его понимания [Вилюнас 1990; Ильин 2007; Ланге 2008; Фромм 1995, 2003; Шах 2008; Щербатых 1998; Edmondson 2021; Izard 1991]. «Человек, предмет или ситуация могут стать источником страха в результате формирования гипотез (воображаемых источников вреда) или ожидания вреда», однако страх «в процессе

научения и обретения опыта» может претерпевать изменения [Изард 2002: 295–296; Izard 1991]. Преодолевать разного рода страхи – то есть адаптироваться к ним – человеку помогают жизненный опыт, самообладание и разносторонняя информированность. Однако реклама нередко «стимулирует» появление и проявление страхов, позволяет себе играть на страхах потребителя.

Рекламные тексты, как известно, разрабатываются с целью привлечь внимание потребителя, в следствие чего привлекают это внимание любой ценой. Умышленное нагнетание страха как стратегия в рекламном сообщении позволяет адресанту – рекламщику и рекламодателю – добиться нужной ему реакции адресата. Это происходит благодаря сосредоточению внимания (при активизации центров тревоги и страха!) на рекламируемом продукте, что приводит к «лучшей запоминаемости» рекламного слогана и «активации» механизма «поиска путей решения» в потенциально опасной ситуации. Тактика запугивания (угрозы), которая используется при создании рекламного слогана, так или иначе является отражением вербальной агрессии [Фомин, Якимова эл. ресурс: 197], направленной на адресата рекламы. Рекламный слоган может быть построен и строится на описании проблемной – потенциально опасной и содержащей угрозу для адресата – ситуации и «рекламируемого» предложения путей ухода от этой угрозы. Однако здесь возникают вопросы, связанные с дозированностью «страха в рекламе» и с манипуляцией сознанием потенциального потребителя товара, рекламируемого подобным образом. Вызванное подобным образом чувство страха и становится «якорем» в сознании адресата рекламного текста, за который и прицепляется адресант (реklamодатель и рекламщик). При этом вовсе не исключается и противоположная реакция на такого рода текст – отторжение адресатом рекламного посыла.

В психологической литературе существует множество определений страха; отмечаются его психические и физиологические особенности. Некоторые авторы определяют страх как психологическое состояние, как аффективное состояние [Изард 2002; Ильин 2007; Мокшанцев 2000 и другие], как эмоциональное состояние [Раншбург, Поппер 1983 и другие]. Исследователи эмоций связывают страх с такими психологическими категориями, как чувство [Блейхер 2009], эмоция [Петровский, Ярошевский 1990 и другие], ощущение [Степанов 2003], рефлекс (И.П. Павлов). Сравнив различные определения страха [Вилюнас 1990; Петровский, 2001; Щербатых 1998; Edmondson 2021; Fuhrer 1964; Izard 1991; Plutchik 1966 и другие], можем сделать вывод о том, что «стимуляция» в рекламном тексте одной из базовых эмоций – эмоции страха – это точный расчёт на эмоциональную реакцию потребителя. При этом страх возникает под влиянием настоящей, воображаемой или внушённой рекламой опасности, угрозы социальному благополучию человека.

В рамках исследования рассмотрим и ещё один термин – *фобия*. Фобии (от греч. φόβος ‘страх’) – это «навязчивые неадекватные переживания страха конкретного содержания, охватывающие субъекта в определённой обстановке и сопровождающиеся вегетативными дисфункциями» и «субъективно мучительными переживаниями» [Петровский, Ярошевский 1990: 429]. К ним обычно относят «клаустрофобию (страх замкнутых пространств), агорафобию (страх открытых пространств), нозофобию (страх заболеть каким-либо заболеванием), лиссофобию (страх сойти с ума), мизофобию (страх загрязнения), танатофобию (навязчивый страх смерти)» и другие [Дорофеева 2022]. Началом систематического изучения фобий принято считать 1871 г., когда К.Ф. Вестфаль «описал агорафобию, указав, что фобии возникают в сознании человека помимо его воли и не могут быть произвольно изгнаны из сознания» [там же: 178]. Далее рассмотрим, каким же образом эмоция страха репрезентируется в текстах пермской рекламы.

Основная часть

Материал нашего исследования представляет собой совокупность текстов рекламных вывесок социальной и коммерческой рекламы в г. Перми в количестве 100 единиц. Задача, которую поставили перед собой авторы, – лингвостилистическое описание основных видов

номинаций страхов, обнаруженных в текстах рекламы (вывесок) социальной и коммерческой направленности, заполняющей пространство города Перми, приёмов, провоцирующих страх, а также анализ результатов эксперимента. В процессе работы был использован ряд методов: описательный метод (сбор и систематизация материала), позволяющий выделить основные типы речевых тактик, отражающих чувство страха в социальной и коммерческой рекламе; количественно-качественный метод, позволяющий дать разного вида оценку страхам в рекламном сообщении; коммуникативно-прагматический метод, с помощью которого выявлены эффективные / неэффективные приёмы речевой репрезентации страха в рекламе.

В данном исследовании впервые представлено комплексное описание социального или коммерческого рекламного текста (вывески) как особого речевого жанра в аспекте отражения в нём «стимулирующих» человеческие страхи элементов; на основе разноаспектного анализа выявлены речевые тактики эффективности / неэффективности воздействия рекламы на потребителя. Кроме того, работа выполнена с использованием регионального фактического материала, то есть рекламных текстов вывесок г. Перми.

Проявления «мотивирующей силы» страха, вызывание тревоги и ужаса у потребителя можем наблюдать в текстах социальной и коммерческой рекламы. Так, рассмотрим несколько видов тактических речевых приёмов, провоцирующих страх, обнаруженные в социальной рекламе г. Перми (см. о тактиках [Иссерс 1999, 2013]).

К первому виду можно отнести предписывающую социальную рекламу, которая блокирует волю человека, для чего содержит конкретные алгоритмические указания: «Не вылезай на забитый перекресток» (с изображением барана), «Выбирай трезвость ради здоровья детей», «Не делай аборт – мы против», «Не загрязняй водоёмы», «Сохрани мне жизнь» и другие.

Ко второй группе можно отнести речевые тактики, демонстрирующие устрашающие последствия каких-либо действий адресата: «Куришь лёжа – сгоришь заживо!», «Курящая никому не нужна!», «Куришь? Кури больше! Похоронное бюро ожидает» и другие.

К третьей группе можно отнести рекламу, в которой изображение (визуальный образ) производит шокирующее впечатление: «Осторожно, опасно, незаконно! (с изображением обезьянки на цепи)», «Дети не должны быть забыты. Заплати алименты» (на фоне дорогого автомобиля изображён плачущий младенец), «Курить в присутствии ребенка – большая пытка для него» (взрослые тушат папиросу о тело младенца).

Четвертая группа тактик связана с предоставлением альтернативы потребителю: «Ты решаешь, каким будет наш город», «Разговор ребенку – ремень брюкам», «Носи маску или твоим близким понравится кутья», «Выбирай, куда посадить ребенка (с изображением автокресла и инвалидного кресла)» и другие.

К пятой группе можно отнести рекламные тактики аргументации, при использовании которых предлагаются способы снятия страха: (1) – *У вас не будет сигаретки? – У меня не будет ни сигаретки, ни рака легких, ни больных детей;* (2) *Не убивай ребенка, его сердце начинает биться с третьей недели* и другие.

Особое место среди страхов человека занимают боязнь неудач и страх быть отверженным [Маккелелланд 2007]. Исследованный нами материал показывает, что в основу пермской социальной рекламы заложена «стимуляция» (1) страха человека за себя и за свою семью; (2) отвращения к виду крови, трупов, травм; (3) чувства стыда и чувства вины за незнание, неумение, неспособности к решению какой-либо проблемы. Это основные «болевы точки» воздействия, позволяющие вызвать желаемую реакцию потребителя на демонстрируемые социальные «призывы». Следует подчеркнуть, что если в случае классических фобий чаще встречаются выраженные монофобии, то есть боязнь чего-то одного и вполне определённого, то применительно к «стимуляции» социальных страхов, отражённых в рекламном тексте, эти случаи довольно редки. Чаще всего потребителя социальной рекламы «провоцируют» на боязнь смерти, осуждения и критики со стороны окружающих, а также на страх оказаться в центре внимания. Социальные страхи, по мнению

специалистов [Дорофеева 2022; Изард 2002; Щербатых 1998], легко распространяются на смежные социальные ситуации и схожие социальные объекты, что, в конечном счёте, может привести к повышенной личностной тревожности и нервозности.

Рассмотрим коммерческую пермскую рекламу, в которой маркетологи (рекламодатели и рекламщики) активно используют мучительные для человека чувства страдания и боли (боязнь боли, как известно, связана с базовым страхом – страхом смерти). Так, например, демонстрация различного рода недомоганий – их названия и изображения – «заставляют», вынуждают потребителя рекламы активно искать способы избавления от боли с помощью медицинских препаратов (например, реклама средств «Ренни», «Ношпа», «Пенталгин-Н», «Фастум гель» и других) или услуг клиник и медицинских центров («Гастроцентр», «Флеболог», «Клиника иммунологии», «НейроМед» и других).

В данном случае реклама «стимулирует» страх перед ощущением боли. Безусловно, подверженный аллергии или астме испытывает боязнь возобновления приступов, подверженный болезням сердца – страх пред инсультом или инфарктом, родители хотят, чтоб их дети не болели и т. п. На чувстве нагнетаемого рекламой страха многие фармацевтические компании и медицинские центры поднимают свои позиции в продажах за весьма короткий срок. Так, например: «Защити себя и своих близких от гриппа»; «Поставь прививку от Covid-19»; «Не подвергай себя опасности», «Прививка от гриппа. Сведи риск к нулю»; «Заходи в наш медицинский центр, и ты забудешь о боли»; «Заходи. Мы избавим от боли и страданий!» и т. п.

Однако следует подчеркнуть, что, предупредив о возможных страшных последствиях болезни, рекламный текст нарушает права потребителя, поскольку реклама не имеет права навязывать страхи и манипулировать сознанием. Так, в *Своде обычаев и правил делового оборота рекламы на территории Российской Федерации*, в разделе 2 «Реклама медикаментов (лекарственных средств), методов лечения и товаров, имеющих отношение к здоровью», говорится следующее [Свод обычаев и правил...эл. ресурс].

Реклама не должна создавать у здорового человека *впечатление о необходимости применения лекарственного средства*.

Рекомендуется воздерживаться от рекламы, которая *вызывает (может вызвать) чувство страха*.

Реклама средств профилактики и гигиены (в том числе добавок к пище) *не должна гарантировать полный эффект, вызывать чувство страха* при отказе от приёма препарата.

Рекомендуется *воздерживаться от рекламы, которая усиливает (обостряет) комплексы*, связанные с внешней непривлекательностью, прежде всего – подростковые.

В некоторых случаях рекламисты (и рекламодатели как их заказчики) справедливо используют *иносказательные приёмы*, например, *вымышленных рекламных персонажей*. Так, например, «ожившими» персонажами «страшной» рекламы нередко становятся мокрота, микробы, бактерии, грибки и т. п. Эта тактика является эффективной, так как она образна, и щадящей для чувств адресата, так как проблема для потребителя становится несколько «отстранённой», на неё он смотрит как бы со стороны. Кроме этого, в литературе описана тактика *вербальной упаковки* [там же], суть которой заключается в использовании эвфемизмов для называния неприятных проблем. Например, вместо прямого высказывания «кожа в прыщах, угрях, морщинах» предпочтительней воспользоваться нейтральными и щадящими: «проблемная кожа», «возрастная кожа», «зрелая кожа». Вместо «жидкие волосы» использовать «негустые или необъёмные». Тем самым реклама перестаёт дискриминировать потребителя по его возрасту, внешности или состоянию здоровья.

В некоторых ситуациях рекламное сообщение строится на подавлении эмоции страха. Так, например, было установлено, что так называемые «шоколадные наркоманы» из-за недовольства своей фигурой часто испытывают страх и, как следствие, подвержены нервным расстройствам. Перед рекламистами встала задача разработать рекламу, которая способствовала бы «снижению» у таких людей чувства вины за чрезмерное потребление

шоколада. Пермской кондитерской фабрикой было принято решение выпускать маленькие плиточные формы шоколада, которые можно употреблять маленькими порционными кусочками, и, тем самым, контролировать и калории, и вес.

С целью выявления общественной оценки недопустимых текстов социальной и коммерческой рекламы нами был проведён опрос горожан, в котором приняли участие около 100 человек разного пола, возраста, социального положения, образования и т. д. Респондентам был предложен список вышеназванных, «страшных» (по мнению авторов статьи) рекламных объявлений, которые используются на территории города Перми. Участники опроса должны были оценить тексты по следующим критериям: (1) «хорошо / нормально / плохо» (когнитивное содержание оценки); (2) «одобряю / безразлично / не одобряю» (коммуникативное содержание оценки); (3) «приятно / удовлетворительно / неприятно» (эмоциональное содержание оценки).

Таблица 1. Роль когнитивной оценки эмоции страха в текстах социальной и коммерческой рекламы горожанами Перми

Социальные параметры		Когнитивная оценка (%)		
		Хорошо	Нормально	Плохо
13–25 лет	М	70	20	10
	Ж	45	40	15
30–60 лет	М	25	25	50
	Ж	10	40	50

Как видно из таблицы 1, при когнитивной оценке содержания «страшной рекламы» респонденты «первого возраста» оценивают рекламные тексты, как «хорошие» (70 % – муж. и 45 % – жен.) и «нормальные» (40% – жен. и 20 % муж.), тогда как представители «второго возраста», как «плохие» (по 50 % и жен., и муж.) и как нормальные (40 % – жен. и 25 % – муж.). Как оказалось, нагнетание страха в рекламе считается вполне нормальным и даже хорошим и среди большинства молодёжи, и среди женщин старшего возраста.

Таблица 2. Роль коммуникативной оценки эмоции страха в текстах социальной и коммерческой рекламы горожанами Перми

Социальные параметры		Коммуникативная оценка (%)		
		Одобряю	Безразлично	Не одобряю
13–25 лет	М	70	20	10
	Ж	45	40	15
30–60 лет	М	25	25	50
	Ж	10	20	70

Коммуникативное содержание «устрашающих» рекламных текстов, предъявленных респондентам, оценивается с «одобрением» молодёжной аудиторией (70 % – муж. и 45 % – жен.), при этом старшее поколение не одобряет такой вид «общения» между рекламой и потребителем (50 % – муж. и 70 % – жен.).

Таблица 3. Роль эмоциональной оценки в текстах социальной и коммерческой рекламы горожанами Перми

Социальные параметры		Эмоциональная оценка (%)		
		Приятно	Удовлетворительно	Плохо
13–25 лет	М	70	20	10
	Ж	45	40	15
30–60 лет	М	25	25	50
	Ж	10	35	55

Данные, приведённые в таблицах 1, 2, 3 показывают, что молодежь в возрасте от 16 до 25 лет преимущественно положительно оценивает номинации, основанные на «нагнетании страха», слоганы, стимулирующие боязнь, страх. При этом наибольшее количество ответов с оценкой «хорошо / одобряю / приятно» наблюдается у юношей до 25 лет. Люди 30–60 лет оценивают подобного рода рекламу нейтрально (безразлично) – 20 %, а не одобряют – 50–55 %.

Заключение

Проблема возникновения и дополнительной «стимуляции» страха приобретает особое социокультурное и нравственное значение в современном обществе. В связи с этим предлагаем несколько рекомендаций по использованию / не использованию тактики нагнетания страха.

При использовании в рекламном тексте тактики нагнетания страха по принципу «от противного» за угрозой должно следовать обязательное некое спасительное решение. При этом в рекламном сообщении необходимо идти по следующей траектории: от негативной неопределённости – к конкретному алгоритму решения проблемы, например: «*Многие* люди страдают от алкоголизма. *Вам* поможет...».

Обсуждение наболевших проблем адресата рекламы должно, как нам представляется, осуществляться с соблюдением определённых этикетных норм, ибо «слишком прямолинейный» текст может отпугнуть потенциального потребителя, то есть иметь обратный эффект. Чтобы показать сложные для осознания потребителя проблемы, вполне допустимым является использование в социальной и коммерческой рекламе вымышленных персонажей, эвфемизмов. Рекомендации по визуализации рекламного образа в социальной рекламе могут быть следующими. Решение проблемы должно быть изображено как более значительное, значимое и выразительное, в сравнении с заявленной в рекламе и требующей решения проблемой. Сама проблема должна быть визуальна и «словесно» отдалена от адресата рекламы, а средство её решения – максимально приближено.

Список литературы

1. Блейхер В.М., Крук И.В., Боков С.Н. Клиническая психология. М., СПб.: МОДЭК, 2009. 623 с.
2. Вилюнас В.К. Психологические механизмы мотивации человека. М.: Изд-во «Московский государственный университет», 1990. 283 с.
3. Дорофеева Г.А. Страхи: определение, виды, причины // Известия ТРТУ. Технические науки. 2022. № 5. С. 177–184.
4. Изард К.Э. Страх и тревога // Психология эмоций / перевод с англ. А. Татлыбаева. М.; СПб.; Нижний Новгород: Питер. 2002. С. 292–335.
5. Ильин Е.П. Эмоции ожидания и прогноза: Волнение. Тревога. Страх // Эмоции и чувства. М.; СПб.; Нижний Новгород: Питер, 2007. С. 156–176.
6. Ильин Е.П. Вызов желательных эмоций // Ильин Е.П. Эмоции и чувства. М.; СПб.; Нижний Новгород: Питер, 2007. С. 280–286.
7. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. Омск: Изд-во «Омский университет», 1999. 285 с.
8. Иссерс О.С. Речевое воздействие. М.: Флинта; Наука, 2013. 240 с.
9. Ланге Г. Страх // Психология эмоций / автор-составитель В. Вилюнас. М.; СПб., Нижний Новгород: Питер, 2008. С. 116–118.
10. Маккелелланд Д. Мотивация человека / научная ред. перевода Е.П. Ильина. М.; СПб., Нижний Новгород: Питер, 2007. 672 с.
11. Мокшанцев Р.И. Психология рекламы. М.; Новосибирск: ИНФРА-М; Сибирское соглашение, 2000. 230 с.
12. Петровский А.В., Ярошевский М.Г. Психология: Словарь. М.: Изд-во политической литературы. 1990. 496 с.
13. Петровский А.В. Формы переживания чувств // Петровский А.В., Ярошевский М.Г. Психология. Учебник. М.: АCADEMIA, 2001. С. 321–330.
14. Раншбург Й., Поппер П. Секреты личности. М.: Педагогика, 1993. 157 с.

15. Свод обычаев и правил делового оборота рекламы на территории Российской Федерации URL: http://www.dv-reclama.ru/russia/laws/selfreg/svod_oborota.php (дата обращения: 20.05.2022).
16. Степанов С.С. Популярная психологическая энциклопедия. М.: Эксмо, 2003. 640 с.
17. Фомин А.Г., Якимова Н.С. Тактики и маркеры вербальной агрессии в коммуникативном поведении россиян и американцев (на материале речеситуационного исследования). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/taktiki-i-markery-verbalnoy-agressii-v-kommunikativnom-povedenii-rossiyan-i-amerikantsev-po-materialam-rechesituativnogo-issledovaniya/viewer> (дата обращения: 20.05.2022).
18. Шаховский В.И. Лингвистическая теория эмоций. М.: Гнозис, 2008. 414 с.
19. Щербатых Ю.В., Ивлева Е.И. Психофизиологические и клинические аспекты страха, тревоги и фобий. Воронеж: Истоки, 1998. 281 с.
20. Фромм Э. Бегство от свободы. Минск: Харвест, 2003. 384 с.
21. Фромм Э. Человеческая ситуация / перевод с англ. Д.А. Леонтьева. М.: Смысл, 1995. 240 с.
22. Edmondson A. C. The Fearless Organization: Creating Psychological Safety in the Workplace for Learning, Innovation, and Growth .2021. 197 p.
23. Fuhrer M. Differential verbal conditioning of heart rate with minimization of changes in respiratory rate. // J. Comper. Physiol. Psychology. 1964. Vol. 58. N 2. P. 283–289.
24. Izard C. E. The psychology of emotions. N.Y.; London: Plenum press, Cop. 1991. 451 p.
25. Plutchik R. Psychophysiology of individual differences with special reference to emotions. // Ann. N.Y. Acad. Sci. 1966. Vol. 34. N 2. P.776–781.

Информация об авторах

Л.С. Тихомирова – кандидат филологических наук, доцент,
кафедра русского языка и стилистики,
Пермский государственный национальный исследовательский университет;
Е.П. Карзенкова – старший преподаватель, кафедра русского языка и стилистики,
Пермский государственный национальный исследовательский университет.

Information about the authors

L.S. Tikhomirova – Ph.D. (Philology),
Associate Professor, the Department of Russian Language and Stylistics,
Perm State University;
E.P. Karzenkova – Senior Lecturer, the Department
of Russian Language and Stylistics,
Perm State University.



Евразийский гуманитарный журнал. 2022. № 3. С. 24–29.
Eurasian Humanitarian Journal. 2022. No. 3. P. 24-29.

Научная статья
УДК 821.161.1

РОМАН «ДОН КИХОТ» И ИНТЕРТЕКСТУАЛЬНЫЕ ОТСЫЛКИ ВО ВТОРИЧНЫХ ТЕКСТАХ

Алёна Владимировна Костыря¹, Анна Владимировна Иванова²

^{1,2} Пермский государственный национальный исследовательский университет, Пермь, Россия

¹ a.v.kostyria@gmail.com

² sooomuch@mail.ru

Аннотация. В данном исследовании классический художественный текст рассматривается в качестве своеобразного катализатора, запускающего и ускоряющего процесс расширения семиосферы, создание пространства вторичных текстов. Актуальность работы обусловлена тем, что интертекстуальность различных видов текстов культуры, включая отсылки на уровне заголовков вторичных текстов недостаточно изучены. Объектом данной работы является роман Мигеля де Сервантеса «Дон Кихот» как источник развития пространства вторичных текстов (текстов-производных) в испанской культуре. В ходе исследования было выявлено, что роман «Дон Кихот» играет в испанской культуре роль источника, порождающего пространство вторичных текстов: история приключений бесстрашного идадьго получила множество продолжений. Сиквелы, переводы, критические статьи, фильмы, мультфильмы, оперы – всё это является частью пространства вторичных текстов, окружающих роман-катализатор. Так вторичные тексты образуют «поле» интертекстуальных отсылок, связывая роман «Дон Кихот» с текстами-производными. К текстам-производным, или вторичным текстам, мы относим тексты культуры в широком смысле. В ходе исследования, были выявлены две основные формы интертекстуальных отсылок в текстах-продолжениях – цитаты и аллюзии. Цитаты позволяют автору текста-продолжения открыто и явно сослаться на текст оригинала, в то время как аллюзии играют роль завуалированной отсылки. Интертекстуальные отношения двух или более текстов, позволяют подробнее изучить связь между оригинальным текстом и вторичным. Представляется, что выполненный анализ окажется полезным для исследований в области интертекстуальности, вторичности, массовой литературы, творчества Мигеля де Сервантеса.

Ключевые слова: интертекстуальность, вторичные тексты, семиосфера, Дон Кихот, Сервантес.

Для цитирования: Костыря А.В., Иванова А.В. Роман «Дон Кихот» и интертекстуальные отсылки во вторичных текстах // Евразийский гуманитарный журнал. 2022. № 3. С. 24–29.

Original article

THE NOVEL "DON QUIXOTE" AND INTERTEXTUAL REFERENCES IN SECONDARY TEXTS

Alena Vladimirovna Kostyrya¹, Anna Vladimirovna Ivanova²

^{1,2} Perm State National Research University, Perm, Russia

¹ a.v.kostyria@gmail.com

² sooomuch@mail.ru

Abstract. In this study, the classical literary text is considered as a kind of catalyst that triggers and accelerates the process of expanding semiosphere, creating space of secondary texts. The relevance of the work is due to the fact that the intertextuality of various types of cultural texts, including references at the level of titles of secondary texts, is insufficiently studied. The object of this work is the novel "Don Quixote"

by Miguel de Cervantes as a source of development of the space of secondary texts (derived texts) in Spanish culture. The study revealed that the novel "Don Quixote" plays the role of a source text in Spanish culture, generating space of secondary texts. The story of the adventures of the fearless Hidalgo "has produced" many continuations. Sequels, translations, critical articles, films, cartoons, operas – all these works of art are part of the space of secondary texts surrounding the catalyst novel. Thus, secondary texts form a "field" of intertextual references, linking the novel "Don Quixote" with derivative texts. The group of secondary texts, was Yu.M. Lotman treats cultural texts in a broad sense; in the course of the study, two main forms of intertextual references in continuation texts were identified – quotations and allusions. Quotations allow the author of the secondary text to openly and explicitly refer to the original text, while allusions play role of a "veiled" reference. The intertextual relations of two or more texts allow us to study in more detail relationship between the original text and the secondary text. We believe that the analysis performed will be useful for research in the field of intertextuality, secondariness, mass literature and the work of Miguel de Cervantes.

Keywords: intertextuality, Don Quixote, Cervantes, secondary texts, semiosphere.

For citation: Kostyrya A.V., Ivanova A.V. The novel "Don Quixote" and intertextual references in secondary texts. Eurasian Humanitarian Journal. 2022;3:24-29. (In Russ.).

Введение

Роман Мигеля де Сервантеса «Don Quijote de la Mancha» – «Хитроумный идалго Дон Кихот Ламанчский» – был написан в 1605 г. [Cervantes 2015]. Среди множества испанских авторов, именно Сервантесу с его «Don Quijote de la Mancha» удалось создать вечный образ, признанный классическим во всём мире. Цитаты из романа «Дон Кихот» превратились в афоризмы, пословицы и поговорки, вошли в золотой фонд испанского языка, стали частью не только языковой культуры, но менталитета испанцев. Роману удалось сформировать вокруг себя большую аудиторию читателей по всему миру, вследствие чего и появился массовый спрос на тексты-производные, написанные по мотивам данного произведения. Сиквелы, многочисленные переводы, критические статьи и фильмы – всё это современное наследие, связанное с романом Мигеля де Сервантеса. Роман «Дон Кихот» внёс свой весомый вклад в мировую литературу и оказался буквально погружён в семиотическое пространство знаков-текстов. Сиквелы, переводы, критические статьи, фильмы, мультипликационные фильмы, оперы – всё это стало частью пространства вторичных текстов, окружающих роман. Именно благодаря «феномену Дон Кихота» можно более подробно изучить «интертекстуальную революцию» в литературе.

Основная часть

Проблема вторичности в текстообразовании никогда не теряет своей актуальности. В последнее десятилетие интерес к данному вопросу значительно возрос, вторичные тексты всё больше привлекают внимание исследователей. Рядом с классическими произведениями, как утверждает Е.В. Абрамовских, всегда появлялись тексты-спутники, отражающие лишь определённые грани своих великих предшественников, приспособляющие их для массового сознания [Абрамовских 2011: 323]. Мысль в таком тексте следует за уже давно знакомыми – для литературного сообщества и общественности – мотивами и образами. Сам термин «вторичный текст» был заимствован из сферы технической информации и автоматического реферирования: первоначально объектами исследования являлись научно-технические тексты. В наши дни понятие вторичного текста значительно расширилось: вторичный текст оказался включённым в сферу интересов лингвистики, литературоведения, культурологии, выходя «за терминологические рамки» [Попова 2016].

Первичный текст – это первоисточник, оригинал, в то время как вторичный текст – это в определённой степени переписывание, своеобразная переделка «на новый лад». Как известно, литература всегда обнаруживала «склонность к созданию вторичных произведений (дайджесты, адаптированные пересказы, комиксы по классическим текстам)» [Черняк 2012: 238], в которых копируются чужие типы героев, создаются новые, подражающие своим первообразам, прототипам. В отечественной лингвистике и отечественном

литературоведении термин «вторичный текст» впервые появился в 1983 г. благодаря исследованиям М.В. Вербицкой, в которых вторичный текст рассматривается как «произведение стилистически вторичное, воспроизводящее важнейшие особенности стиля протослова, которые и придают этому последнему художественное многообразие» [Вербицкая 2000: 53]. Такие тексты наследуют стилистические, жанровые, структурные черты текста-оригинала, создаются в процессе осмысления и понимания первичного текста, воспринимаются как результат этого переосмысления. Описывая механизм порождения вторичного текста, Н.И. Жинкин указывает на то, что «текст сжимается в концепт, содержащий смысловой сгусток всего текстового отрезка, который может быть восстановлен в словах, не совпадающих буквально с воспринятым, но таких, в которых интегрирован тот же смысл, который содержался в лексическом интеграле полученного высказывания» [Жинкин 1982: 84]. Механизмы порождения текста являются основным и наиболее универсальным признаком, по которому различаются первичный и вторичный тексты.

Каждый текст, находящийся в современном культурном пространстве, можно считать и первичными, и вторичными одновременно. Это связано с тем, что материал, с которым сталкивается современный человек, уже до него был так или иначе «культурно освоен». Следует отметить, что о вторичном тексте идёт речь тогда, когда текст-оригинал подвергается преобразованию, в то время как соотношение текстов друг с другом и их диалогическое взаимодействие – это *интертекст* (термин введён Ю. Кристевой ещё в 1967 г. [Кристева 2013] и служит для обозначения широкого спектра межтекстовых отношений). Под *интертекстуальностью* понимается, по определению Н. Пьеге-Гро, «устройство, с помощью которого один текст перезаписывается на другой текст» [Пьеге-Гро 2008: 37]. Цитирование чужих текстов может быть как осознанным, так и неосознанным. Понятие *интертекст* возникло на стыке литературоведения и семиотики, как результат взаимодействия этих двух дисциплин, признано основным принципом текстообразования в модернизме и постмодернизме. В литературном пространстве интертекст создаётся с помощью различных отсылок к ранее созданным и опубликованным произведениям. Диалогическое взаимодействие текстов основывается на теории диалога, которая разрабатывалась Л.В. Щербой, Л.П. Якубинским, М.М. Бахтиным в 20–30-е гг. XX в. Основная идея этой теории: диалог – это бесперебойный обмен речевыми действиями между собеседниками. Главной целью диалога становится достижение творческого понимания. Так оказываются связаны понятия «интертекст» и «диалогичность»: теория интертекстуальности «выросла» из теории диалога [Орехова эл. ресурс]. Для нашего исследования важно, что тексты-оригиналы и тексты-продолжения связывают между собой интертекстуальные отсылки.

Теоретической базой работы послужили также исследования в русле семиотики, представлений о текстах культуры в широком смысле (см., например: [Лотман 2002]). Культура, с точки зрения Ю.М. Лотмана, есть иерархия семиотических систем, представляющая собой совокупность текстов. Следовательно, и художественный текст, и кинофильм, и ритуал, и обряд по определённым признакам могут быть отнесены к текстам различного типа. Стоит заметить, что тексты культуры не существуют изолированно друг от друга, но вступают в «отношения»: так текст, помимо взаимодействия с читателем, неизбежно соотносится с другими текстами, вступает с ним в контакты. А динамика этих отношений соотносится с понятием интертекстуальности. Определяя классификацию основных межтекстуальных связей, Ж. Женетт предположил, что именно заглавие представляет собой объект особого внимания читателя [Женетт 1982]. Заглавие – один из самых важных элементов текста: это первое, с чем мы сталкиваемся на пути к прочтению того или иного художественного (и нехудожественного) произведения. Обратившись к заглавию, читатель получает определённую установку, первоначальную информацию о тексте. Заглавие играет особую – сигнальную – роль в тексте: оно обособлено от основного текста пространственным отступом, выделяется авторами посредством особого шрифта, кавычек, написания прописными буквами. Заглавие отделено от основного текста, но

неразрывно связано метонимическими отношениями: заглавие актуализирует в сознании читателя содержания основного текста. Заголовок представляет собой особый авторский приём, который определяет, о чём далее пойдёт речь в тексте [Либиг 2008]. В основе нашего исследования лежат идеи Ж. Женетта, в частности, его классификация межтекстовых связей [Женетт 1982], а также теория интертекстуальности заголовков. «Заголовок текста так же, как и сам текст, может быть связан определёнными интертекстуальными отношениями с другими текстами» [Либиг 2008: 45]. В нашей работе анализируется интертекстуальность заголовков как пространство вторичных текстов, окружающих текст-оригинал (роман Сервантеса).

Сиквелы к роману «Дон Кихот». Анализ интертекстуальных отсылок начнём с названий сиквелов; сиквел – это книга, фильм или пьеса, которая продолжает повествование предыдущей книги [Cambridge Online Dictionary эл. ресурс]. Главной задачей сиквела становится описание событий, следующих за произведением-оригиналом. Для того чтобы читателю было понятно, на какое конкретно произведение ссылается автор сиквела, чаще всего частично повторяется первоначальное заглавие или название подлинника обогащается подзаголовком [Скубачевска-Пневска эл. ресурс].

Обратимся к нескольким примерам сиквелов, написанных по мотивам романа «Дон Кихот» и проанализируем их на предмет интертекстуальности в заголовках. Первый том романа «Don Quijote de la Mancha» был опубликован в 1605 г. В то время как первый сиквел по его мотивам «Segundo tomo del ingenioso hidalgo don Quijote de la Mancha» был выпущен уже в 1614 г. [Avellaneda 2010]. Рассказ Авельянеда носил пародийный характер, поскольку никому неизвестный автор написал фальшивое продолжение, выдавая себя за «настоящего автора», пытаясь использовать успех Сервантеса [Jiménez эл. ресурс]. В его заглавии мы видим точную, буквальную отсылку к тексту оригинала – «Don Quijote de la Mancha». Интертекстуальная отсылка была произведена автором сиквела посредством прямой цитаты в заголовке. Таким образом, отсылка в заголовке данного сиквела представляет собой авторский приём, целью которого является привлечение уже существующей читательской «базы».

Роман «El sombrero de tres picos» был написан Педро Антонио де Аларкон в 1874 г. [Alarcón 2011]. Действие происходит в городе Гранада, во времена правления Карла IV. Роман описывает национальные традиции; в нём ярко отражён быт и взгляды жителей Испании того времени. Анализируя заглавие «El sombrero de tres picos» («шляпа с тремя углами»), мы, казалось бы, не сталкиваемся с явными интертекстуальными отсылками. Но обратившись к интерпертации заглавия – «Треугольная шляпа» – понимаем, что треугольная шляпа – символ эпохи Дон Кихота. Каждый рыцарь того времени имел собственную экипировку, её частью была либо шляпа «монтера», либо шляпа «треуголка». Такие шляпы являлись символом испанских рыцарей, на многих иллюстрациях и картинах Дон Кихот изображён именно в треугольной шляпе. Педро Антонио де Аларкон использует здесь стилистический приём, заключающийся в намёке на связь своего произведения с романом «Дон Кихот». Заглавие романа «El sombrero de tres picos» представляет собой интертекстуальную отсылку-аллюзию.

Сиквел – одно из явлений вторичности, в котором чётко можно проследить феномен интертекстуальности. Смысл создания сиквела заключается в том, чтобы представить читателю вымышленное продолжение историй, которые уже обратили на себя внимание в литературном пространстве. Тексты-продолжения образуют «поля» интертекстуальных отсылок, связывающих текст оригинал с его производными. Так, многие литературные произведения, ставшие классическими, стали частью семиотического пространства знаков-текстов.

Киноадаптации. Роман Мигеля де Сервантеса привлёк к себе внимание многих талантливых кинорежиссеров. Рассмотрим заголовок одной из киноадаптаций (по мотивам романа Мигеля де Сервантеса «Дон Кихот») на предмет интертекстуальных отсылок в

заголовке. «Dulcinea del Toboso» – испано-советский художественный, двухсерийный фильм (1980 г.) является одним из культовых и популярнейших продолжений романа Сервантеса [Dulcinea del Toboso эл. ресурс]. Фильм снят в жанре драмы и мюзикла, является вымышленным продолжением истории о приключениях Дон Кихота. В заголовке данного фильма нам встречается имя собственное – Дульсинея Табосская. Отсылка в названии фильма осуществляется посредством аллюзии, намекая нам на связь данной работы с романом Сервантеса. Сама Дульсинея Табосская является центральным персонажем романа и предстаёт перед читателями как возлюбленная, дама сердца Дон Кихота. Именно ей главный герой посвящает все свои подвиги, прославляя её имя.

Мультипликационные фильмы. В наши дни одним из самых популярных видов современного массового искусства является мультипликация. Ю.М. Лотман указывал на то, что в литературе по семиотике кино языку мультипликации уделяется незаслуженно мало внимания [Лотман 1994]. Мультфильмы являются такими же полноправными участниками семиотического пространства вторичных текстов, как и сиквелы, киноадаптации, критические статьи. Рассмотрим два примера подобных текстов культуры на предмет интертекстуальных отсылок в заголовке.

«Garbancito de la Mancha» – первый анимационный художественный фильм в Испании и Европе, созданный «от руки» и в цвете. В его основе лежат образы романа Мигеля де Сервантеса, адаптированные для детской аудитории. В заглавии художественного фильма видим интертекстуальную отсылку к роману «Don Quijote de la Mancha» в форме цитаты – «de la Mancha» [Garbancito de la Mancha эл. ресурс]. Такая дословная, прямая отсылка необходима для того, чтобы читатель мог обнаружить связь этих двух произведений искусства: мультфильма и романа.

«Don Quijote» – испано-итальянский анимационный художественный фильм, автором которого стал Хосе Поко, вдохновлённый идейным миром романа «Дон Кихот». История Дон Кихота рассказывается от лица осла Ручио, который сообщает зрителю правдивую историю о приключениях и подвигах главного героя и его оруженосца. Сюжет был также адаптирован, например, характеры главных героев и мотивы средневековья были изменены. В заглавии данного мультипликационного фильма присутствует интертекстуальная отсылка в форме цитаты «Don Quijote». Стоит отметить, что изначальное название было другим – «El Caballero de la Luna», но автор работы хотел сослаться на текст оригинал открыто, тем самым – привлечь внимание юных зрителей к чтению оригинального романа.

Заключение

В статье исследовано пространство вторичных текстов и реализован анализ форм интертекстуальных отсылок в заголовках сиквелов, киноадаптаций и мультипликационных фильмов, созданных по мотивам романа «Дон Кихот». Изучив на нескольких примерах пространство интертекстуальных отсылок, окружающих роман Мигеля де Сервантеса, мы пришли к следующим выводам. Во-первых, на примере классического произведения художественной литературы нами было продемонстрировано, что вторичные тексты культуры образуют «поле» интертекстуальных отсылок, окружающее текст-катализатор и связывающее его с другими текстами культуры того или иного социума. Во-вторых, во всех изученных заголовках вторичных текстов присутствуют интертекстуальные отсылки в различных формах. В ходе исследования были выявлены две основные формы интертекстуальных отсылок в текстах продолжениях – цитаты и аллюзии. Цитаты позволяют автору текста-продолжения открыто и явно «сослаться» на текст оригинала, в то время как аллюзии играют роль завуалированной отсылки. Интертекстуальные отношения двух или более текстов, позволяют подробнее изучить связь между текстом-катализатором и вторичным относительно него текстом. Представляется, что выполненный анализ намечает перспективы дальнейшей разработки темы и окажется полезным для исследователей семиотики культуры и массовой литературы.

Список литературы

1. Абрамовских Е.В. Вторичные тексты в контексте проблемы серийности современной культуры // Пушкинские чтения. 2011. № XVI. С. 322–330.
2. Вербицкая М.В. Теория вторичных текстов (на материале современного английского языка): монография. М.: Изд-во «Московский университет», 2000. 220 с.
3. Женетт Ж. Палимпсесты: литература во второй степени. М.: Научный мир, 1982. 76 с.
4. Жинкин Н.И. Речь как проводник информации. М.: Наука, 1982. 160 с.
5. Кристева Ю. Семиотика. Исследования по семанализу. М.: Академический проект, 2013. 285 с.
6. Либиг С.В. К вопросу об интертекстуальности заголовков (на примере текстов о Вильгельме Телле) // Вестник Санкт-Петербургского университета. Сер. 9. 2008. Вып. 2. Ч. II. С. 44–45.
7. Лотман Ю.М., Цивьян Ю.Г. Диалог с экраном. Таллин: Александра, 1994. 214 с.
8. Лотман Ю.М. Статьи по семиотике культуры и искусства. СПб.: Академический проект, 2002. 544 с.
9. Орехова Д.В. Соотношение понятий «Диалогичность» и «Интертекстуальность» // Вестник РУДН. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2013. № 3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sootnosheniye-ponyatiy> (дата обращения: 13.12.2021).
10. Попова Ю.К. Межтекстовые отношения и их трансляция (на материале англоязычных постмодернистских текстов и их переводов). Дис. ... к. ф. н. Пермь, 2016. 210 с.
11. Пьеге-Гро Н. Введение в теорию интертекстуальности. М.: ЛКИ, 2008. 238 с.
12. Скубачевска-Пневска А. Продолжение чужого произведения интертекстуальный жанр или форма культурного паразитизма? // Новый филологический вестник. 2011. № 1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/prodolzhenie-chuzhogo-proizvedeniya-intertekstualnyy-zhanr-ili-formakulturnogo-parazitizma> (дата обращения: 01.12.2021).
13. Черняк М.А. Филологическая игра как стратегия прозы XXI в. // Ярославский педагогический вестник, 2012 № 1, Том I (Гуманитарные науки). С. 236–240.
14. Alarcón P.A. El sombrero de tres picos. Arganda del Rey: Edimat Libros, 2006. 126 p.
15. Avellaneda A.F. Segundo tomo del ingenioso hidalgo Don Quijote de la Mancha. Barcelona: Linkgua, 2010. 311 p.
16. Jiménez M.A. Cervantes y el «Quijote» apócrifo: ¿Quién fue Avellaneda? // The conversation. 2019. URL: <https://theconversation.com/cervantes-y-el-quijote-ap> (дата обращения: 4.12.2021).
17. Cambridge Online Dictionary URL: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/politics> (дата обращения: 01.12.2021).
18. Cervantes S.M. Don Quijote de la mancha. Madrid: Editorial Verbum, 2015. 686 p.
19. DulcineadelToboso. <https://www.imdb.com/title/tt0219655/> (дата обращения: 09.12.2021).
20. Garbancito de la Mancha. Animación para adultos. URL: <https://animacionparaadultos.es/1945-garbancito-de-la>. (дата обращения: 06.12.2021).

Информация об авторах

А.В. Костыря – кандидат филологических наук,
доцент, кафедра лингвистики и перевода,

Пермский государственный национальный исследовательский университет;

А.В. Иванова – студент, факультет современных иностранных языков литератур,
Пермский государственный национальный исследовательский университет.

Information about authors

A.V. Ivanova – Student, Faculty of Modern Foreign Languages and Literatures,
Perm State University;

A.V. Kostyrya – Ph. D. (Philology), Associate Professor,
Department of Linguistics and Translation,
Perm State University.

Евразийский гуманитарный журнал. 2022. № 3. С. 30–35.
Eurasian Humanitarian Journal. 2022. No. 3. P. 30-35.

Научная статья
УДК 811.112.2

АПЕЛЛЯТИВНАЯ ФУНКЦИЯ ПАРЕМИЙ: СОВЕТ И ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ

Надежда Николаевна Меньшакова¹, Анастасия Рафисовна Валеева²

^{1,2} Пермский государственный национальный исследовательский университет, Пермь, Россия

¹ mnesperanza@mail.ru

² nasyat28@rambler.ru

Аннотация. В статье анализируется апеллятивная функция паремий, которая рассматривается как микрофункция языка, ориентированная на адресата. Апеллятивная функция проявляется в коммуникативном воздействии на собеседника; за ней обычно стоит конкретная интенция говорящего. В связи с этим популярность паремий, наблюдаемая в сфере масс-медиа, объясняется тем, что именно паремии способны вызывать эмоциональную реакцию у получателя сообщения, заведомо привлекая его внимание, и, таким образом, помогают авторам выразить отношение к определённым событиям, что способствует лучшему восприятию информации читателями. В качестве функционально-прагматической характеристики текста, присущей паремиям, исследуется категория персуазивности. Паремия, как дискурсивная единица языка, характеризуется авторами статьи, как обладающая свойствами имплицитности, персуазивности, безличности, временной соотнесённости. Помимо апеллятивной функции, паремия выполняет также дидактическую, психологическую, мнемотехническую, декоративную, прогнозирующую, экспрессивную и метаязыковую функции. Будучи знаком языковым, паремия обладает языковой потенцией, которая обеспечивает многозначность её толкования, что позволяет выявлять в ней скрытые смыслы. В статье рассматриваются также понятия «топос» и «argumentum ad populum», которые, как и паремии, являются иллокутивными актами, поэтому, чтобы каким-то образом отличать их от традиционных паремий, требуются пояснения и дифференцирующие дефиниции. Авторы рассматривают паремии двух основных семантических групп – «совет» и «предупреждение», которые репрезентируют апеллятивную функцию и объясняют на конкретных примерах их имплицитное содержание с целью выявления интенции говорящего. Авторами статьи проводится анализ паремии как разноплановой языковой единицы, способной отражать народную мудрость с помощью рекомендации в виде совета или предупреждения посредством апеллятивной функции.

Ключевые слова: паремиология, паремия, топос, апеллятивная функция, персуазивность, интенция, импликация.

Для цитирования: Меньшакова Н.Н., Валеева А.Р. Апеллятивная функция испанских паремий: совет и предупреждение // Евразийский гуманитарный журнал. 2022. № 3. С. 30–35.

Original article

THE APPELLATIVE FUNCTION OF PAREMIAS: ADVICE AND WARNING

Nadezhda N. Menshakova¹, Anastasia R. Valeeva²

^{1,2} Perm State University, Perm, Russia

¹ nasyat28@rambler.ru

² mnesperanza@mail.ru

Abstract. The article deals with the appellative function as one of the microfunctions of the language related to the addressee. The appellative function implies the communicative effect which is based on the intention. In the field of mass media, authors of publicistic texts are interested in paremias as the last ones can cause an emotional reaction in the recipient of a message and help to express thoughts in a special way, which contributes to a better perception of information by readers. In turn, the paremia, being a discursive unit of language, is complicated and characterized by the properties of implicitness, persistence, impersonality, temporal orientation. In addition to the appellative function, the paremia implements didactic, psychological, mnemonic, decorative, predictive, expressive and metalanguage functions. As linguistic signs, paremias also have linguistic potency, which ensures their ambiguity, reveals hidden meanings. We are also concerned with questions about concepts of "topos" and "argumentum ad populum". These linguistic phenomena, as well as paremias, are characterized as illocutionary acts; therefore, the author distinguishes these terms in relation to paremias. The research focuses on the category of persistence as a functional and pragmatic characteristic of the text inherent in paremias. The author catalogues the paroemias into groups "advice" and "warning" and explains their implicit content due to concrete examples in order to identify the appellative function of the paremia and the intention of speaker. This study consists of the analysis of paremia as a diverse linguistic unit capable of reflecting folk wisdom through a recommendation in the form of advice or a warning through an appellative function.

Keywords: paremiology, paremia, topos, appellative function, persistence, intention, implication.

For citation: Menshakova N.N., Valeeva A.R. The appellative function of paremias: advice and warning. Eurasian Humanitarian Journal. 2022;3:30-35. (In Russ.).

Введение

Паремиология как наука, направленная на изучение и классификацию паремий, занимает обширную область исследования фольклористики и лингвистики. В рамках фольклорного жанра паремия представляет собой канал для погружения в культуру народа: его традиции, обычаи, нормы поведения. Паремии, будучи источником познания многовекового опыта определённого этноса, отражают реалии окружающего мира и основные концепты национальной и общечеловеческой культуры [Мокиенко 2010: 13]. Действительно, пословицы способствуют пониманию культуры и ценностей того или иного этноса, позволяют сопоставить разные языковые картины мира.

В свою очередь, лингвистические исследования акцентируют когнитивный и функционально-прагматический аспекты паремий. В русле когнитивной лингвистики паремии изучаются как способ отражения образа мышления и особенностей восприятия, а также как рычаг воздействия. Согласно концепции А.М. Диас Ферреро и Э.Ф. Керо Хервилья, пословицы проецируют общенародное мировоззрение на индивидуальное сознание [Диас Ферреро, Керо Хервилья 2018: 43–44]. Что касается функционально-прагматической стороны паремий, надо отметить, что за активизацией паремии в речи стоит конкретная интенция, которую намерен реализовать говорящий. Независимо от того, к какому паремийному жанру принадлежит высказывание (пословица, поговорка, афоризм и т. д.), нельзя не сказать о его иллюкутивной силе, которая свойственна традиционным речениям. Паремии являются не только письменно или устно зафиксированными формами народной мудрости, но и единицами дискурса, речевыми актами, которые используются для достижения коммуникативного действия или стратегии.

Актуальность исследования обусловлена возрастающим интересом к паремиям, которые в средствах массовой информации проявляется особым образом. Столь «мощное функционирование» пословиц в средствах массовой информации, по мнению В.М. Мокиенко, обеспечивается освобождением их от цензуры, широкими возможностями использования в рекламе, «острословием» [Мокиенко 2010: 6]. В медиапространстве наблюдается следующая тенденция: авторы используют паремии для достижения перлюкутивного эффекта, привлечения внимания реципиента, на чём и базируется апеллятивная функция.

Наше исследование посвящено анализу паремии как разноплановой языковой единицы, способной отражать народную мудрость через совет или предупреждение и выполняющей тем самым апеллятивную функцию. В ходе работы были применены как общенаучные методы исследования (наблюдение, обобщение, анализ), так и описательный, структурно-семантический методы, а также метод категориального и контекстуального анализа.

Основная часть

Паремии как устойчивые фразеологические единицы назидательного характера в форме законченного предложения являются частью социально-культурного наследия определённой языковой общности [Sevilla Muñoz, Crida Álvarez 2013: 106] и включают в себя множество видов, которые часто очень близки друг другу по структуре и форме [Меньшакова 2020]. К этой группе языковых единиц относятся пословицы, поговорки, афоризмы, максимы, сентенции, приметы, суеверия, народные куплеты, загадки, лозунги и т. д. Другими словами, термин «паремия» выступает архилексемой по отношению к другим терминам данной группы.

Что касается её составляющих элементов, паремия обладает неоднозначной природой. Г.Л. Пермяков считает, что паремию определяют три компонента, подразумевающие её ключевые свойства: это единица языка, определённая логика и литературное произведение [Пермяков 1970: 8]. По мнению К. Григаса, паремия – это синтез темы (идеи), образа и синтаксической конструкции. Однако главный аспект – это образ, который связан с метафорическим переосмыслением [Григас 1987: 6]. Немаловажным представляется и то, что в основе паремии заложен эмпирический компонент, другими словами: опыт, который может указывать как на прошлое (совет), так и на будущее (предостережение). Это касается временной направленности паремии.

В зависимости от применения паремии набор осуществляемых ею функций может варьироваться. Так, помимо коммуникативной, дидактической и эстетической функций, как основополагающих, паремии могут реализовывать психологическую [Pelechano Barberá 1991], идеологическую [Álvarez Curiel 1994], игровую [Montalbán Martínez 2019], мнемотехническую [Méndez Pérez 1996], прогнозирующую [Pérez Meredí 2001] функции. Надо сказать, что несмотря на широкий диапазон функционирования паремий в речи, за каждой функцией стоит интенция, коммуникативное задание, которое должно быть выполнено – сообщение должно дойти до получателя.

Важно отметить, что одной из функций языка, обращенной именно к реципиенту, является также апеллятивная / конативная функция. По мнению Ю.М. Маслова, апеллятивная функция служит средством позыва, побуждения к тем или иным действиям [Маслов 1998: 9]; Р.О. Якобсон писал об этом ещё в 1975 г. Он утверждает, что за апеллятивной функцией стоит желание воздействовать на адресата, вызвав его реакцию [Якобсон 1987: 198–199]. Стоит отметить, что за попыткой вызвать реакцию у собеседника, как правило, стоит намерение повлиять на него: именно влияние – ключевой аспект апеллятивной функции.

Паремии, как известно, относятся к прецедентным текстам. Обладая этнокультурной спецификой, традиционные изречения назидательного характера, в силу кристаллизованного социально-исторического опыта, нередко выступают проверенным источником знания – в этом их ценность и «влиятельность». По мнению Е.М. Вольф, пословицы – это особый вид иллюкутивных актов, целью которых является вызвать эмоциональную реакцию у собеседника [Вольф 1985: 163]. Чтобы решить поставленную коммуникативную задачу, говорящий может конвертировать содержание пословицы, «вывести» подходящий для сознания реципиента смысл. Паремии используются людьми как незыблемый аргумент, топос (в культурологии: «общее место»). Топос, как общепринятое суждение, является частью культурного наследия, традиции которого имеют забытое дискурсивное происхождение и производят эффект непосредственной истины [Portillo-Fernández 2017: 9]. Топосы, как и паремии, представляют собой устойчивые языковые фигуры, посредством которых говорящий способен сделать запрос, дать рекомендацию, совет или предупредить. Топос демонстрирует связь между двумя фактами или понятиями, которые языковое общество социализировало, что обеспечивает связь между аргументами, чтобы прийти к выводу [Fuentes y Alcaide 2002: 41]. Наряду с лингвистическим явлением «топос» существует понятие «argumentum ad populum» (из лат. ‘аргумент к народу’). Его сущность заключается в том, что он представляет собой небылицу, выдаваемую за истину, своего рода ошибочное суждение – это не что иное, как софизм.

Помимо апеллятивной функции, паремия обладает функцией персуазивности, рассматриваемой как одна из функционально-прагматических характеристик текста. Под персуазивностью понимают воздействие адресанта на адресата с целью убеждения или призыва к действию [Чернявская 2006: 25]. Персуазивность может реализовываться в форме совета или предупреждения. Необходимо разграничить эти понятия. Так, совет – это мнение, выражаемое, чтобы ориентировать кого-либо для получения благоприятного исхода, а предупреждение – сообщение для привлечения внимания с целью предостеречь от опасности. Иногда данные понятия используются как синонимы, поскольку их первостепенное значение – дать рекомендацию. На основе характеристики, предложенной в работе Х. Портильо-Фернандес, рассмотрим общие черты паремий, которые выполняют апеллятивную функцию в речи [Portillo-Fernández 2021: 7].

1. Паремии способны передавать имплицитное содержание, активизируя коннотативное значение паремии, то есть информацию, которая может быть извлечена в процессе общения только через рефлексию адресата. Однако надо отметить, что далеко не всегда в паремиях присутствует скрытый смысл [Castillo Carballo 1997–1998: 70–72], они активируют только те смыслы, которые имеют значение в рамках конкретной коммуникативной ситуации.

2. Паремии имеют многофункциональный характер, но нередко говорящий с их помощью раскрывает информацию опосредованно, так как его цель – повлиять на образ мышления адресата, изменить его установки.

3. В паремиях отсутствует выраженный субъект, а также происходит анонимизация адресата через использование безличных конструкций.

4. В паремиях проявляется языковая потенция, которая обеспечивает их многозначность, позволяет выявлять скрытые смыслы.

5. Наконец, паремиям свойственны повсеместное использование и временная направленность (перспектива / ретроспектива).

В работе, посвящённой рассмотрению апеллятивной функции испанских паремий, Х. Портильо-Фернандес, в частности, использует термин «выводимая апеллятивная функция» (*Función apelativ ainferible*) для обозначения неявного содержимого паремий. В данном исследовании мы аналогичным образом будем использовать аббревиатуру «ИСП» для обозначения *имплицитного содержания паремии*. Рассмотрим ряд паремий в русском языке, в которых проявляется апеллятивная функция. Вот конкретные примеры паремий, репрезентирующих совет, связанный со здоровьем, с намерением способствовать изменению привычек человека, а также с любовными отношениями. Паремии выражают чужой опыт для того, чтобы адресат избежал ошибки.

(1) *Кто рано встает, тот вдвое живет* [Аникин 1988: 152]. → ИСП: Соблюдайте часы сна, чтобы быть во здравии.

(2) *Большая сыть – брюху вредить* [Аникин 1988: 25]. → ИСП: Не переедайте, чтобы не вредить организму.

(3) *Доверь собаке мясо караулить – ничего не останется* [Аникин 1988: 83]. → ИСП: Не доверяй всем подряд, а если доверяешь, то проверяй;

(4) *Насильно мил не будешь* [Аникин 1988: 204]. → ИСП: Не трать время на того, кто тебя не любит, если хочешь быть по-настоящему счастливым.

(5) *Любовь может и слепа быть – чёрное за белое почитает* [Аникин 1988: 170]. → ИСП: Любовь слепа, и если хочешь построить гармоничные отношения, не нужно идеализировать партнера.

(6) *Любовь все побеждает* [Аникин 1988: 170]. → ИСП: Верной любви все нипочем, однако, нужно прикладывать для этого усилия с обеих сторон.

Следующий ряд паремий по своей семантике представляет как совет, так и предупреждение. Многие паремии передают знание о дружбе, а также о человеческих пороках (педантизме и тщеславии). И совет, и предупреждение не являются взаимоисключающими понятиями: в совете может содержаться предупреждение о возможной опасности. Сравните.

(7) *Друг до поры – тот же недруг* [Аникин 1988: 85]. → ИСП: Не называй другом того, кто с тобой до поры до времени, а в беде исчезает.

(8) *За одну правду хвалят, за другую бьют* [Про пословицы: эл. ресурс]. → ИСП: Порой лучше промолчать, нежели раскрывать все карты другу, так как можешь оказаться крайним.

(9) *С волками жить – по-волчьи выть* [Аникин 1988: 275]. → ИСП: легко можно стать таким же, как и общество, в котором ты живешь, поэтому выбирай тщательно свое окружение.

(10) *В мелких словах и большое дело утопить можно* [Аникин 1988: 37]. → ИСП: Не разбрасывайтесь словами, пусть другие узнают и расскажут о ваших достоинствах.

(11) *Хвастовства – полный мешок, а в мешке пусто* [Про пословицы: эл. ресурс]. → ИСП: Не хвастайтесь своими достижениями.

Среди советов и предостережений, актуализированных в речи с помощью паремий, выделяется группа, посвящённая обману. Общая апеллятивная функция: вызвать у реципиента недоверие к третьей стороне или к каким-либо обстоятельствам. В общем виде, говорящий обращает внимание на бдительность, которую нужно проявлять при излишнем дружелюбии и смене поведения, поскольку это может быть чревато предательством. Следующие паремии представляют собой совет остерегаться обмана.

(12) *Тайна – та же сеть: ниточка порвётся – вся расплзётся* [Про пословицы: эл. ресурс]. → ИСП: не делитесь ни с кем своими секретами, даже с теми, которым доверяете, иначе рискуете тем, что об этом узнают все.

(13) *Не та собака кусает, что лает, а та, что молчит да хвостом виляет* [Аникин 1988: 289]. → ИСП: не доверяйте тем, кто проявляет излишнее дружелюбие, так как они изворотливы и могут совершить подлость.

(14) *Брови нависли – злоба на мысли* [Сборник народной мысли: эл. ресурс]. → ИСП: не доверяй человеку, если он ведёт себя не как обычно (он наверняка замышляет что-то плохое).

(15) *Не всё золото, что блестит* [Аникин 1988: 210]. → ИСП: не всё, что кажется хорошим по внешним признакам, действительно хорошее.

В примерах, приведённых далее, выделяется группа с ретроспективными паремиями, целью которых является (1) забыть / решить проблемы прошлого или (2) прогнозировать будущее.

(18) *Прожитого не пережить, а прошедшего не воротить* [Аникин 1988: 267]. → ИСП: переверните страницу, не оплакивайте то, что не можете изменить.

(19) *Наш петушок не нажил гребешок, а туда же – кукарекает* [Аникин 1988: 205];

(20) *Яйца курицу не учат* [Аникин 1988: 336]. → ИСП: не слушайте того, кто не разбирается в ситуации.

(21) *Золотое время – молодые лета. Золотая пора – молодые года* [Сборник народной мудрости: эл. ресурс]. → ИСП: цените момент.

(22) *Не доглядишь оком, так заплатишь боком* [Аникин 1988: 214]. → ИСП: будьте начеку, чтобы не допустить ошибки.

Заключение

Паремии представляют собой устойчивые языковые фигуры, которые могут передавать имплицитное содержание адресату в процессе общения. Осуществляя апеллятивную функцию, они работают как механизмы воздействия, направленные на то, чтобы убедить собеседника действовать, или думать в заданном направлении. Также они могут использоваться в качестве аргумента, производя эффект непоколебимой истины. Кроме того, паремии способны как советовать, так и предупреждать адресата, давая рекомендацию. Несмотря на то, что паремии носят универсально-обобщенный характер, немаловажным является их коммуникативная ситуация (контекст, в котором они используются), а также момент речи, в который происходит актуализация смысла паремии, так как от этого зависит степень воздействия на адресата. Паремии так или иначе транслируют многовековой опыт конкретного народа.

Список литературы

1. Аникин В.П. Русские пословицы и поговорки. М.: Художественная литература, 1988. 431 с.
2. Вольф Е.М. Функциональная семантика оценки. М.: Наука, 1985. 228 с.
3. Григас К. Литовские пословицы: Сравнительное исследование. Вильнюс: Вага, 1987. 335 с.
4. Диас Ферреро А.М., Керо Хервилья Э.Ф. Анализ паремий, выражающих негативную оценку женщины в русском и португальском языках // Вестник Томского государственного университета. Филология. 2018. № 5. С. 42–55.
5. Маслов Ю.М. Введение в языкознание. Учеб. пособие для спец. вузов. 3-е издание. М.: Высшая школа, 1998. 272 с.
6. Меньшакова Н.Н. Проблемы таксономии в паремиологии // Научный журнал. Вопросы теоретической и прикладной лингвистики. Том 6. 2020. № 2. С. 26–27.
7. Мокиенко В.М. Современная паремиология: лингвистические аспекты // Мир русского слова. 2010. № 3. С. 6–20.
8. Пермяков Г.Л. От поговорки до сказки: Заметки по общей теории клише. М.: Наука, 1970. 240 с.
9. Про пословицы. URL: <https://allposlovcy.ru/> (дата обращения: 07.05.2022).
10. Сборник народной мысли. URL: <https://sbornik-mudrosti.ru/poslovcy-i-pogovorki-pro-mysl/> (дата обращения: 07.05.2022).
11. Чернявская В.Е. Дискурс власти и власть дискурса: проблемы речевого воздействия. М.: Флинта; Наука, 2006. 136 с.
12. Якобсон Р. Работы по поэтике. М.: Прогресс, 1987. 464 с.
13. Alcaide E., Fuentes C. Mecanismos lingüísticos de la persuasión. Madrid: Arco-Libros, 2002. 540 P.
14. Álvarez Curiel F.J. El refranero supersticioso español. Paremia, 1994. 3. P. 59–64.
15. Castillo Carballo M. A. El concepto de unidad fraseológica // Revista de Lexicografía, IV. 1997–1998. P. 67–79.
16. Méndez Pérez A. Mnemotecnica del refrán. La rima y las estructuras. Paremia, 1996. 5. P. 183–186.
17. Montalbán Martínez N. Gamificación y aula invertida. Una experiencia motivadora para el estudio de las unidades fraseológicas. Paremia, 2019. 28. P. 67–77.
18. Pelechano Barberá V. La psicología de los refranes. Psicologemas, 1991. 9. P. 37–64.
19. Pérez Benedí F. La medida en la tradición oral: refranes y dichos populares sobre medidas // Unidades de medida en La Rioja: una cita entre tradición y futuro: exposición itinerante. Fundación Caja Rioja, 2001. P. 31–40.
20. Portillo-Fernández J. La función apelativa en las paremias españolas: persuasión, consejo y advertencia. Universidad de Sevilla. Paremia, 2021. 31. P. 205–215.
21. Portillo-Fernández J. Topos y espacios mentales. Tonos digital, Revista electrónica de estudios filológicos, 2017. 32. P. 1–24.
22. Sevilla Muñoz J., Crida Álvarez C.A. Las paremias y su clasificación. Paremia, 2013. 22. P. 105–114.

Информация об авторах

Н.Н. Меньшакова – кандидат филологических наук,
доцент, кафедра лингвистики и перевода,

Пермский государственный национальный исследовательский университет;

А.Р. Валеева – студент, факультет современных иностранных языков и литератур,
Пермский государственный национальный исследовательский университет.

Information about the authors

N.N. Menshakova – Ph. D. (Philology), Associate Professor,
Linguistic and Translation Department, Perm State University;

A.R. Valeeva – Student, Faculty of Modern Foreign
*Languages and Literatures,
Perm State University.*

Евразийский гуманитарный журнал. 2022. № 3. С. 36–42.
Eurasian Humanitarian Journal. 2022. No. 3. P. 36-42.

Научная статья

УДК 659.123.17; 659.131.25; 811.581

КИТАЙСКИЙ РЕКЛАМНЫЙ СЛОГАН: ИГРА СЛОВ

Елена Петровна Карзенкова¹, Тань Юньсяо²

^{1,2} Пермский государственный национальный исследовательский университет, Пермь, Россия

² Шаньдунский женский университет, Цзинань, Китай

¹ karzenkova_e@mail.ru

Аннотация. Статья посвящена анализу некоторых принципов создания рекламных слоганов в китайском языке при использовании в них фразеологизмов. Реклама окружает современного человека повсюду. Реклама – явление социальное, психологическое, лингвокультурное. При создании рекламного текста оказываются задействованы не только принципы социального устройства страны, не только особенности менталитета и культуры народа, но и языковые особенности: фонетические, лексико-семантические, синтаксические и другие. Слоган – одна из разновидностей рекламного текста – должен отличаться краткостью формы, смысловой ёмкостью и яркостью, некоторыми другими свойствами. При создании рекламных слоганов на китайском языке большое значение приобретает не только содержание, но и форма (иероглифы и их произношение). Этим и пользуются создатели рекламы в Китае. Анализ содержания и формы рекламных слоганов, предпринятый в данной статье, связан с тем, что главную роль в китайском тексте нередко играют именно иероглифы: их начертание и произношение звуков, которые закреплены за каждым из них. В частности, в данной статье показано, что существует, по крайней мере, три принципа, которые используются при создании рекламных слоганов в Китае для привлечения внимания потенциальных покупателей, увеличения прибыли рекламодателей. Эти принципы позволяют создавать рекламные слоганы на основе китайских фразеологизмов. Как показывает исследование, к созданию слогана рекламщики подходят весьма творчески: применяют языковую игру. Эта игра основана на том, что два разных по начертанию иероглифа могут иметь похожую звуковую оболочку. Поэтому при создании слоганов используются не только фразеологизмы в их неизменной форме, когда идиома в существующем виде подходит рекламируемому продукту. Рекламщики позволяют себе изменять «внутреннюю семантику» фразеологизма: расширяют или сужают её, используют буквальное значение. И, конечно, рекламщики «играют» в слоганах с омофонами, когда главными становится произношение иероглифов.

Ключевые слова: языковая игра, слоган, китайские идиомы, иероглифы, юмор в рекламе.

Для цитирования: Карзенкова Е.П., Тань Юньсяо. Китайский рекламный слоган: игра слов // Евразийский гуманитарный журнал. 2022. № 3. С. 36–42.

Original article

CHINESE ADVERTISING SLOGAN: WORDPLAY

Elena P. Karzenkova¹, Yunxiao Tan,

^{1,2} Perm State University, Russia, Perm

¹ Shandong Women's University, China, Jinan

² karzenkova_e@mail.ru

Abstract. The article is devoted to the analysis of some principles of creating advertising slogans in the Chinese language when using phraseological units in them. Advertising surrounds modern man everywhere. Advertising is a social, psychological, linguistic and cultural phenomenon. When creating an advertising text, not only the principles of the social structure of the country are involved, not only the peculiarities of

the mentality and culture of the people, but also linguistic features: phonetic, lexical semantic, syntactic and others. A slogan – one of the varieties of an advertising text – should differ in its brevity of form, semantic capacity and brightness, and some other properties. When creating advertising slogans in Chinese, not only the content, but also the form (hieroglyphs and their pronunciation) becomes very important. This is what the creators of Chinese advertising use. The analysis of the content and form of advertising slogans undertaken in this article is due to the fact that the main role in the Chinese text is often played by hieroglyphs: their outline and pronunciation of sounds that are assigned to each of them. In particular, this article shows that there are at least three principles that are used when creating advertising slogans in China to attract the attention of potential buyers, increase the profit of advertisers. These principles allow you to create advertising slogans based on Chinese phraseological units. As the study shows, advertisers approach the creation of a slogan very creatively: they use a language game. This game is based on the fact that two different hieroglyphs can have a similar sound shell. When creating slogans, not only phraseological units are used in their unchanged form, when the idiom in its existing form fits the advertised product. In addition, when creating slogans, advertisers allow themselves to change the "internal semantics" of phraseology: expand or narrow it, use the literal meaning. And of course, advertisers "play" in slogans with homophones, when the pronunciation of hieroglyphs becomes the main thing.

Keywords: language game, slogan, Chinese idioms, hieroglyphs, humor in advertising.

For citation: Karzenkova E.P., Yunxiao Tan. Chinese advertising slogan: wordplay. Eurasian Humanitarian Journal. 2022;3:36-42. (In Russ.).

Введение

Реклама как «комплекс средств неценового стимулирования сбыта продукции и формирования спроса на неё» представляет собой «весьма важный и тонкий инструмент» [Мокшанцев 2000: 9]. И чтобы реклама смогла «выполнить своё основное назначение» (сформировать спрос и стимулировать продажи), рекламщик и рекламодатель стремятся «найти способ привлечь, завоевать потенциального покупателя», «соблазнить» его и «в конечном счёте побудить совершить покупку» [там же: 11], воспользоваться услугой и т. п. Рекламный слоган несёт в себе краткую и концентрированную информацию о рекламируемом продукте. Смысл слогана – запомниться в качестве «удачной фразы» и в тесной связи с продуктом, о котором он сообщает, а также «войти в повседневную жизнь» потребителя [Свекла 2015: 89], и, как следствие, способствовать созданию имиджа товара (или услуги), продажам и росту прибыли продавца.

В процессе «переработки рекламной информации» формируется отношение потребителя «к рекламному сообщению», «активируются» те или иные эмоции и чувства [Мокшанцев 2000: 25]. В зависимости от того, какие именно эмоции и чувства вызывает рекламный слоган, формируется отношение к рекламной информации и рекламируемому продукту. К такого рода эмоциям и чувствам можно отнести следующие: удовольствие / неудовольствие, зависть, принятие / непринятие, чувство собственного достоинства и другие. Эмоции могут носить как конъюнктивный, так и дизъюнктивный характер, то есть объединять потребителя рекламы с рекламируемым продуктом или разъединять их. Поэтому «аффективный компонент» (термин Р.И. Мокшанцева; от лат. *affectus* 'переживание', 'душевное волнение', 'страсть') рекламного воздействия представляется весьма важным, ибо он влияет на эффект, производимый слоганом.

В связи с этим особое значение при создании рекламного слогана – как продукта воздействующего – имеет использование языковой игры, шутки, юмора. Юмор, языковая игра усиливают конъюнктивный эффект от рекламного текста. Сама реклама исследователями и создателями её нередко воспринимается и описывается, как игра. Она «подчиняется определённым правилам, которые» в той или иной степени «принимают обе стороны – рекламист и потенциальный покупатель» [Пирогова 2000: 165].

Языковая игра – игра словами и смыслами – часть общей рекламной игры создателей и заказчиков рекламы с её потребителем – отдельным человеком или целой группой людей. Языковой игрой, вслед за К.Ю. Пироговой, мы называем «сознательное нарушение языковых норм» и «искажение речевых клише с целью придания сообщению экспрессивной силы»

[там же], то есть с целью воздействия как на когнитивную (от лат. *cognitio* ‘познание’, ‘восприятие’), так и на эмоциональную сферу потенциального покупателя. Отметим, что языковая игра используется «для создания комического эффекта, однако это далеко не единственное предназначение игровых приёмов» [там же: 166]. Использование фразеологизмов и игры слов прибавляет коммуникативной ситуации – в том числе ситуации рекламы – эмоций, транслирует эмоции [Иссерс 2013; Мокшанцев 2000: 34–39; Сюткина 2019; 2022 и другие].

Основная часть

Языковая игра связана с проявлением чувства юмора. При этом «само понимание *комического*, то есть того, что признаётся смешным, что вызывает улыбку и смех, может различаться и у отдельных людей, и у целых этносов, хотя стремление получить удовольствие, в частности от остроумия» – своего или чужого – без сомнения, является общечеловеческой чертой, присущей и тем, кто шутит, и тем, кто воспринимает шутки» [Шустова, Карзенкова 2022]. Вполне определённый аспект комического и представляет собой языковая игра. Особое значение приобретает языковая игра в тех языках, где используются иероглифы. Китайский язык – это иероглифы. В процессе диалога на китайском языке, если обе стороны говорят правильно и в их речи нет серьёзных ошибок, они поймут друг друга; при этом фонетика (звуки, стоящие за иероглифами!) – весьма важная часть китайского языка.

Наименования торговых марок и товаров в рекламе – это тоже иероглифы, даже если они пишутся латиницей, они всё равно переводятся в иероглифы. Наиболее примечательной особенностью китайских рекламных слоганов является использование идиом (фразеологизмов). Китайские идиомы обычно имеют четырехзначную структуру, простую по форме, но богатую коннотациями; они бывают короткими и длинными. Для рекламных целей обычно выбираются короткие; использование идиом в качестве рекламных слоганов вполне соответствует одному из главных требований, предъявляемых к слоганам, – краткости [Мокшанцев 2000]. Принципы использования фразеологизмов и игры слов в китайской рекламе могут быть разделены на три направления, три подхода (смотрите: табл. 1).

Таблица 1. Принципы использования идиом в рекламе

1. «Выбери стиль доктрины»	2. «Измени внутреннюю семантику идиомы»	3. «Имитируй идиомную рекламу»
Использование идиомы без изменений (смысла и написания)	Использование буквального значения идиомы	Игра с омофонами (изменение написания иероглифа и смысла высказывания)

Рекламный принцип «Выбери стиль доктрины» означает: переведите идиому на «рекламный язык», чтобы прототип идиомы мог напрямую служить рекламируемому продукту, то есть слова в идиоме интерпретировались в соответствии с «распознанным», узнаваемым значением фразеологизма.

(а) «Самому побывать в тех местах» 身临其境 (шэнь линь ци цзин) – слоган, используемый для рекламы конкретной марки телевизоров. Первоначальное значение идиомы относится только к человеку, который лично столкнулся с определённой ситуацией. Новое значение указывает на то, что телевизоры этого бренда «показывают реалистичную картинку», то есть дают зрителям ощущение «погружения», будто бы они сами побывали там.

(б) «Что приходит кому-то на ум, то и выходит» 得心应手 (дэ синь ин шоу) – слоган использован в рекламе видеокамеры. Первоначально идиома использовалась для описания «человека с умелыми руками». Слоган указывает, что камера полностью функциональна и проста в использовании, любой может пользоваться ею, как только подумает о ней, сразу как захочет.

(в) «Никакой ошибки не будет» 万无一失 (вань у и ши) – слоган используется для рекламы сейфа. Исходное значение: «человек уверен в том, что делает, уверен, что не будет никаких ошибок». В качестве слогана он отражает основную функцию «ящика с шифром» и заставляет потребителей чувствовать себя свободно, не заботиться о дополнительной безопасности – «сейф с кодом вполне надёжен».

(г) «Путь в тысячу чжи» (сравните русское: *тысяча вёрст*) начинается с первого шага» 千里之行 · 始于足下 (цянь ли чжи син, ши юй цзу ся) – слоган компании туристической обуви. Первоначальное значение идиомы: «стоит сделать первый шаг, и ты сможешь делать много шагов, шаг за шагом». Новое значение: «все шаги в этой обуви будут так же легки, как и первый шаг в ней» (здесь, безусловно, есть и юмористический подтекст).

Вышеупомянутые рекламные объявления, использующие идиомы лаконично и без изменений, отражают характеристики соответствующих товаров, выражают их суть, привлекают внимание потребителей, способствуют запоминанию. Одновременно в них используется и приём гиперболы (от древнегреч. υπερβολη ‘преувеличение’), и юмор.

Следующий принцип «Измени внутреннюю семантику идиомы», в основном относится к изменению определённого слова или указывает на то, что оно может быть понято неоднозначно, в зависимости конкретного контекста. Идиома не может быть объяснена в соответствии с общепринятым её значением. Выбирается другое объяснение: рекламодатели (и создатели рекламы) полагаются на корреляцию (от латинского *correlation* ‘соотношение’) между определённым словом, или символом, в идиоме и функцией самого рекламируемого товара. Это и вынуждает рекламиста (рекламодателя) отказаться от исходной (исконной) интерпретации идиомы и создавать новые объяснения, тем самым делая рекламу более эффективной и эффективной, как считают авторы слогана.

(д) «Весенний ветер дует в лицо» 春风满面 (чунь фэн мань мянь). Идиома в обычной – не рекламной – жизни китайского языка используется для описания счастливого и доброго лица («на лице – весна»), но используемая в качестве слогана для продажи вентиляторов, она приобретает буквальное значение: «заставляет» человека почувствовать себя, как при весеннем ветерке, ощущать свежесть, прохладу.

(е) «Почивать на лаврах» 高枕无忧 (гао чжэнь у ю) – слоган для продажи подушек. Обычно идиома используется для описания «психического паралича», потери бдительности, «впадения в ступор». Но рекламный слоган указывает на буквальное значение идиомы: «возьми подушку, спи спокойно и без забот».

(ё) «Даже и волоска своего не вырвать» 毛不拔 (и мао бу ба) – слоган для продажи зубных щёток. Первоначально идиома использовалась для обозначения очень скупого человека (у русских так: *снега зимой не выпросишь*). В китайском рекламном слогане *волоски* из первоначальной идиомы понимаются как *щетинки* зубной щётки, придавая идиоме новое – буквальное – значение: щетинки зубной щётки настолько прочно прикреплены, что их невозможно оторвать. Это подчёркивает, что качество зубной щётки этой марки является надёжным.

(ж) «Одиним росчерком пера» 笔勾销 (и би гоу ся) – слоган для рекламы жидкости (корректора) для исправления текста.

Как видим, в слоганах, построенных на принципе «Измени внутреннюю семантику идиомы», используется буквальное значение фразеологизма. С ним – с буквальным значением – и «играют» создатели слогана. Такие интерпретации идиом вызывают новое, уникальное понимание, вынуждают искать новые языковые значения, пробуждают чувство юмора. Это, без сомнения, рассчитано на то, что «весёлый настрой» слогана вызовет позитивный отклик потребителя, настроит на конъюнкцию, принятие слогана, а затем – товара.

Третий принцип построения рекламного слогана «Имитируй идиомную рекламу» основан на том, что основная форма остаётся без изменений, но одно слово заменяется на другим. Это связано с «каламбурностью»: игрой с омофонами (от древнегреч. ὁμόφωνος ‘говорящий на одном языке’, ‘согласный’, ‘созвучный’) – словами китайского языка, которые звучат одинаково, а пишутся по-разному. Например.

(з) «Как должное принимать» 所当然 (ли со дан жань) – слоган сувенирного магазина. Первоначальное значение фразеологизма – «так, как в принципе должно быть сделано что-то» – но в некоторых сувенирных магазинах используется «игра иероглифами». Так, иероглиф 理 (ли, «правда», «как должно быть», «истинно») и иероглиф 礼 (ли, «подарок») имеют одинаковое произношение в китайском языке, но значение, как видно, совершенно разное. «Подарок» вместо «правда» («принимать как подарок») и использован в слогане для рекламы сувенирной лавки (礼所当然).

(и) «Лезть в гору (шаг за шагом)» 步步高升 (бубу гао шэн) – слоган кондитерской. Первоначальное значение китайской идиомы описывает постоянный карьерный рост человека (сравните русское: «идти в гору»; «карабкаться по карьерной лестнице», «двигаться шаг за шагом»). В рекламном слогане для кондитерских изделий иероглиф «высокое место» (гора) 高 (гао) заменяется на «омофонный» иероглиф «торт» 糕 (гао). Поскольку люди в Китае предпочитают вещи, которые имеют «приятное», «возвышенное» значение, – «продаваемость» товаров, рекламируемых таким образом, без сомнения, увеличивается.

(к) «В жизни без сожалений» 终身无憾 (чжун шэнь у хань) – слоган конкретного бренда кондиционеров. Фразеологизм в его первоначальном виде означает, что в жизни этого человека нет ничего достойного сожаления. В рекламе кондиционеров иероглиф 憾 (хань) «сожаление» заменён на иероглиф 汗 (хань) «пот», появляется новая интерпретация – «Нет пота на всю жизнь». Продавцы используют гиперболу (от древнегреч. ὑπερβολή ‘преувеличение’), чтобы показать функцию рекламируемого товара в его максимальной степени, тем самым привлечь внимание покупателей: «будешь пользоваться кондиционером этого бренда – не будешь потеть всю жизнь».

(л) «Всё (уже) готово» 万事俱备 (вань ши цзюй бэй). В рекламном слогане компании, занимающейся недвижимостью, иероглиф 事 (ши) «вещь» заменён на иероглиф 室 (ши) «квартира», «комната». Слоган имеет смысл: «все квартиры готовы» к тому, чтоб их купить и чтоб в них жить.

(м) «Закаляться с крика петуха» 闻鸡起舞 (вэнь цзи ци у) – слоган для рекламы «танцевальной музыкальной платформы». Первоначальное значение китайской идиомы «закаляться с крика петуха» 闻鸡起舞 (вэнь цзи ци у) описывает людей, которые встают на зарядку рано утром, когда слышатся крики первых петухов (в русском языке: «вставать с первыми петухами»; «кто рано встаёт, тому бог подаёт»). Позже идиома использовалась как метафора для людей, которые много работают. В слогане «танцевальной музыкальной платформы» иероглиф 鸡 (цзи) «петух» заменён на иероглиф 机 (цзи) «машина». Слоган призывает «закаляться», укреплять здоровье: «делать гимнастику вместе с танцевальной музыкальной машиной».

Заключение

Как показывает исследование, с точки зрения семантических характеристик идиом, используемых в качестве слоганов, любая из них имеет свою базовую семантику, но существуют богатые, многоуровневые дополнительные семантические оттенки. Некоторые из этих семантических оттенков выделяются своей яркостью, некоторые имеют философский смысл. Различные дополнительные семантические оттенки делают идиомы источником для игры слов, поэтому их и используют рекламщики (и рекламодатели) для продвижения товаров и услуг.

С прагматической точки зрения многие из упомянутых рекламных слоганов необходимо понимать буквально после изменения функции идиомы, при этом сохраняется «отсылка» к их первоначальному значению, так проявляется «прецедентность». Китайский исследователь рекламы Чен Чанлай, в частности, назвал это «двойным решением» [Чен Чанлай 1994]. Однако прецедентность вовсе не является помехой для понимания потребителем рекламного текста, потому что у потребителя есть представления (знания) о фразеологизмах, используемых создателем рекламы. И игры с иероглифами, то есть словами, он никак не может не заметить.

Таким образом, фразеологизмы (идиомы) – как тексты прецедентные – связывают адресанта – того, кто их создаёт рекламные слоганы, – и адресата – того, кто их читает, слушает, воспринимает. Читатели (или слушатели) рекламы с лёгкостью используют свои знания смысла исходной идиомы в качестве отправной точки, поэтому и могут понять новое значение, отличное от значения исходной идиомы. Этим и пользуется рекламодатели (рекламщики) для «продвижения» на рынке определённого бренда, продукта, услуги и т. п. Как пишет Чен Чанлай, и авторы данной статьи поддерживают его: с точки зрения современной когнитивной психологии, понимание языка, в том числе и языка рекламы – это «активный процесс».

Процесс, когда сам «слушатель (читатель) устанавливает значение» слова или высказывания «в процессе понимания им языка; при этом он использует не только звуковой образец текста, который слышит, но и свои языковые знания (включая знания грамматической структуры, лексики и т. д.), а также общие знания о мире и знания, полученные в процессе общения от говорящего» [Чен Чанлай 1994].

Рекламные слоганы, созданные с использованием или на базе фразеологических оборотов (идиом), представляют собой привлекательную и занимательную игру с юмором, прецедентностью, гиперболизацией, пробуждающую интерес и опирающуюся на «чувство догадки» того, ради кого эти слоганы и были созданы.

Список литературы

1. Баженова Е.А., Протопопова О.В. Язык и стиль рекламы // *Стилистический энциклопедический словарь русского языка*. М.: Флинта; Наука. С. 635–642.
2. Баженова Е.А., Карпова Т.Б. Креативная стилистика: онтология и дидактика // *Вестник Томского государственного педагогического университета*. 2022. Вып. 2 (220). С. 135–143.
3. Вежбицкая А. Понимание культур через средство ключевых слов. М.: Языки славянской культуры, 2001. 288 с.
4. Вежбицкая А. Сопоставление культур через средство лексики и прагматики. М.: Языки славянской культуры, 2001. 272 с.
5. Иссерс О.С. Речевое воздействие. М.: Флинта; Наука. 2013. 240 с.
6. Льюис Д. Нейромаркетинг в действии: Как проникнуть в мозг покупателя. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2015. 274 с.
7. Мокшанцев Р.И. Роли психических процессов в формировании рекламных образов // *Психология рекламы*. М., Новосибирск: Инфра-М-Сибирское соглашение, 2000. С. 25–49.
8. Пирогова Ю.К. Речевое воздействие и игровые приёмы в рекламе // Баранов А.Н., Борисова Е.Г., Кодзасов С.В., Паршин П.Б., Пирогова Ю.К. Репьев А.Н. *Рекламный текст: Семиотика и лингвистика*. Коллективная монография. М.: Международный институт рекламы, 2000. С. 163–187.
9. Пирогова Ю.К. Критерии оценки эффективности рекламы // Баранов А.Н., Борисова Е.Г., Кодзасов С.В., Паршин П.Б., Пирогова Ю.К. Репьев А.Н. *Рекламный текст: Семиотика и лингвистика*. Коллективная монография. М.: Международный институт рекламы, 2000. С. 221–244.
10. Свекла Т. П. Слоган как основной компонент рекламного сообщения и его влияние на массовое сознание // *Коммуникативные исследования*. 2015. № 3 (5). С. 87–95.
11. Сюткина Н.П. Междометные фразеологические единицы в ситуации эмоциональной модификации // *Евразийский гуманитарный журнал*. 2019. № 1. С. 38–43.
12. Сюткина Н.П. Языковые средства актуализации эмотивности // *Евразийский гуманитарный журнал*. 2022. № 2. С. 50–57.

13. Топоров В.Н. Из области теоретической топонимстики // Вопросы языкознания. 1962. № 6. С. 3–12.
14. Топоров В.Н. О палийской топонимстике // Ономастика Востока: Исследования и материалы. М.: Наука, 1969. С. 3–49.
15. Шустова С.В., Карзенкова Е.П. Шутки в сторону: жанр анекдота как практика комического // Евразийский гуманитарный журнал. 2022. № 2. С. 14–24.
16. 陈昌来. 双解 – 一种出现在广告用语中的修辞 // 修辞学习. 1994 (2) – Чэнь Чанлай, 1994.

Информация об авторах

Е.П. Карзенкова – старший преподаватель, кафедра русского языка и стилистики, Пермский государственный национальный исследовательский университет;

Юньсяо Тань – студент магистратуры, Пермский государственный национальный исследовательский университет, студент, факультет русского языка, Шаньдунский женский университет.

Information about the authors

E.P. Karzenkova – Senior Lecturer, Russian Language and Stylistics Department, Perm State University;

Yunxiao Tan – Master's Degree Student, Perm State University, Student, Faculty of Russian Language, Shandong Women's University.



Евразийский гуманитарный журнал. 2022. № 3. С. 43–51.
Eurasian Humanitarian Journal. 2022. No. 3. P. 43-51.

Научная статья
УДК 81'42

РИТМ КАК ЭКСПРЕССИВНЫЙ ТЕКСТООБРАЗУЮЩИЙ ЭЛЕМЕНТ ИНАУГУРАЦИОННОЙ РЕЧИ ПРЕЗИДЕНТА: ПРОБЛЕМЫ ПЕРЕВОДА

Наталья Владимировна Хорошева¹, Екатерина Николаевна Бабич²

^{1,2} Пермский государственный национальный исследовательский университет, Пермь, Россия

¹ romanphyl@gmail.com

² babichek18071998@gmail.com

Аннотация. Проблемы перевода представляют собой область научных исследований, которая становится всё более актуальной. Статья посвящена изучению ритмических особенностей текста инаугурационного обращения президента Франции Э. Макрона, а также проблеме трансляции ритмичности оригинального текста в переводе. На основе проведённого лингвостилистического анализа были определены ритмические средства, которые чаще всего встречаются в инаугурационном обращении президента Франции Э. Макрона. Авторы статьи описывают трудности, возникшие при выполнении закадрового перевода речи президента, связанные со стремлением сохранения ритмической структуры оригинального текста. Ритм – важная составляющая текста, способствующая его целостности. Используя те или иные ритмические средства, автор может реализовать подтекстовое содержание, оказывая таким образом вербальное и невербальное влияние на восприятие текста реципиентом. Анализ перевода показал, что воспроизведение ритмических средств оригинала возможно, однако существуют ограничения. Средства грамматического, лексического и структурно-композиционного уровня практически всегда удаётся сохранить в тексте перевода, тогда как средства фонетического уровня почти невозможно. При невозможности воспроизведения ритма исходного текста, используя то же средство, можно компенсировать его другим средством, в том числе средством другого уровня текста. Также стоит отметить, что необходимость осуществления закадрового перевода и синхронизации звуковых дорожек в некоторых случаях препятствовала воспроизведению ритма исходного текста, однако нам удавалось компенсировать это. К тому же, выполнение закадрового перевода, безусловно, повлияло на некоторые переводческие решения, которые мы принимали.

Ключевые слова: ритм текста, ритм прозы, инаугурационное обращение, политический дискурс, трансляция ритма в переводе.

Для цитирования: Хорошева Н.В., Бабич Е.Н. Ритм как экспрессивный текстообразующий элемент инаугурационной речи президента: проблемы перевода // Евразийский гуманитарный журнал. 2022. № 3. С. 43–51.

Original article

RHYTHM AS AN EXPRESSIVE TEXT FORMING ELEMENT OF THE PRESIDENT'S INAUGURAL SPEECH: TRANSLATION PROBLEMS

Natalya V. Khorosheva¹, Ekaterina N. Babich²

^{1,2} Perm State University, Perm, Russia

¹ romanphyl@gmail.com

² babichek18071998@gmail.com

Abstract. The article examines the rhythmic features of the text of E. Macron's inaugural address, as well as on the problem of translation of the rhythmicity of the original text in the translation. On the basis of the linguistic and stylistic analysis, the rhythmic tools that occur more often in E. Macron's inaugural address have been determined. The difficulties faced in translating the president's speech voice-over were described, related to the attempt to preserve the rhythmic structure of the original text in the translation. Rhythm is an important component of the text, contributing to its integrity. Using certain rhythmic means, the author can realize the subtext content, thus exerting verbal and nonverbal influence on the perception of the text by the recipient. Rhythm is an important component of the text, contributing to its integrity. Using certain rhythmic means, the author can realize the subtext content, thus exerting verbal and nonverbal influence on the perception of the text by the recipient. The analysis of the translation showed that the reproduction of the rhythmic means of the original is possible, but there are limitations. The means of grammatical, lexical and structural-compositional level can almost always be preserved in the translation text, while the means of phonetic level are almost impossible. If it is impossible to reproduce the rhythm of the source text, using the same means, it can be compensated by another means, including a means of another level of text. It is also worth noting that the need for voice-over translation and synchronization of audio tracks in some cases prevented the reproduction of the rhythm of the source text, but we managed to compensate for this. In addition, the performance of voice-over translation, of course, influenced some of the translation decisions that we made.

Keywords: rhythm of text, rhythm of prose, inaugural address, political discourse, rhythmicity of the original text in translation.

For citation: Khorosheva N.V., Babich E.N. Rhythm as an expressive text forming element of the president's inaugural speech: translation problems. Eurasian Humanitarian Journal. 2022;3:43-51. (In Russ.).

Введение

Ритм – важная составляющая текста, способствующая его целостности. Используя те или иные ритмические средства, автор может реализовать подтекстовое содержание, оказывая таким образом вербальное и невербальное влияние на восприятие текста реципиентом. Проблему ритма прозы начали исследовать на рубеже XIX и XX вв., с некоторым оживлением внимания к данной проблеме в 1920-е гг., а с 60-х гг. XX в. ритм художественной прозы активно изучается и в отечественной лингвистике.

В нашем исследовании мы придерживаемся определения ритма прозы, данного Е.И. Бойчук. Исследователь рассматривает его как «периодическое проявление фонетических, лексических, грамматических средств выразительности речи в рамках определённой ритмической единицы, а также периодическую последовательность сегментов, частей текста и упорядоченную смену элементов сюжетно-образной системы художественного произведения на структурно-композиционном уровне реализации ритма» [Бойчук 2015: 13]. Одна из важнейших функций ритма в прозаическом тексте – структурирующая. М.М. Гиршман объясняет это тем, что ритм и целостность текста неразрывно связаны, так как при взаимосвязи ритма со всеми уровнями организации текста образуется особая глубина текста [Гиршман 1982: 62]. Это мнение также разделяет и Г.Н. Иванова-Лукиянова, уточняя, что ритмизация не всегда может быть явной, но она пронизывает текст на всех его уровнях, и именно ритм объединяет их в одно целое и способствует созданию неповторимого текста [Иванова-Лукиянова 2017: 43]. Среди функций ритма прозы также выделяют эстетическую (благозвучие, цельность ритмической структуры), художественную (реализация эмоциональной составляющей текста, создание гармоничности, раскрытие авторского замысла) и стилеобразующую (проявление индивидуального стиля автора текста) функции [Гиршман 1982: 39]. О связи идиостиля и ритма текста также пишут Е.И. Бойчук, И.А. Воронцова, Е.В. Шляхтина, О.В. Беляева, указывая на то, что многие значимые вещи могут быть скрыты за словесным воплощением. Обычно авторы как будто управляют нашим сознанием, акцентируя внимание на той или иной информации, но делают это различными способами, на различных языковых уровнях; в этом случае стилеобразующая функция проявляется в том числе через употребление определенных средств выражения ритмизации [Бойчук, Воронцова, Шляхтина, Беляева, 2019: 10].

В связи с этим возникает проблема трансляции ритмических особенностей исходного текста в переводе. Большинство исследователей считают, что при переводе ритм любого текста подвергается изменениям, и передача ритмических особенностей оригинала не всегда бывает возможна. Связано это прежде всего с несовпадением грамматических и стилистических норм языков, а также с тем фактом, что при переводе крайне сложно анализировать и одновременно рассматривать все средства ритмизации на всех уровнях текста [Степанюк 2001: 51; Шляхтина 2019: 151]. Существует мнение, что в отличие от художественной прозы, другие её виды обладают своими особыми ритмами и в некоторых случаях могут быть подвержены значительным изменениям при переводе, не теряя при этом «уровень ритмичности» [Голубева-Монаткина 2017: 25]. Ритмичность присуща любым текстам, а значит, средства ритмизации могут использоваться не только в художественных произведениях – разница лишь в качественных и количественных характеристиках её проявления [Кишалова 2016: 142; Любимова, Дещенко 2020: 57]. Обратимся к теоретическим аспектам функционирования прозаического ритма в политических текстах.

Основная цель политического дискурса – «убедить, пробудив в адресате намерения, дать почву для убеждения и побудить к действию» [Демьянков 2002], то есть оказать воздействие на реципиента. Данная цель свойственна и такому жанру, как инаугурационное обращение президента.

Основная часть

Инаугурационную речь можно определить, как жанр текста политического дискурса. Одной из особенностей инаугурационной речи является то, что это – ритуальный жанр политического дискурса. Ритуальность означает, что эта коммуникативная ситуация имеет связь с традициями и обладает символическим смыслом, а также имеет привязку к определённому событию. Что касается лексической составляющей, то ритуальный жанр предполагает использование клишированных фраз, конструкций, а также имеет стандартизированную композиционную структуру выступления [Лантух 2021: 120]. Исследователи говорят о том, что инаугурационная речь занимает исключительное место среди жанров политического дискурса и обладает рядом специфических признаков. Инаугурационная речь определяется как жанр ораторского искусства, который используется только при избрании президента страны и имеет решающее значение для общества. Что касается функционального аспекта инаугурационной речи, то исследователи выделяют множество функций, присущих данному жанру. П.С. Аникина указывает на то, что цель инаугурационной речи – воздействие на эмоциональную, психологическую «сторону» аудитории: она выражает стремление добиться доверия публики [Аникина 2015: 16].

В.Е. Кришталева подчеркивает, что наиболее важным в этой коммуникативной ситуации является сам факт говорения, а не содержательная сторона высказывания [Кришталева 2018: 127]. То есть форма в инаугурационной речи обладает наибольшим значением, это объясняется тем, что данный вид обращения воспринимается как ритуал, как нечто традиционное, соответственно реципиенты не стремятся вникнуть в глубину содержания текста.

Наряду с вышеупомянутыми функциями инаугурационная речь также выражает стремление вызвать эмоциональную реакцию у аудитории и стремление объединить народ, сохранить традиции, акцентировать внимание на ценностях государства [Безменова, Ананьева 2019: 22; Масютина 2012: 2]. Об интегративной функции инаугурационной речи также пишет О.А. Юдина. По мнению исследователя, цель речи – воодушевить народ, прославляя ценности нации, утвердить единство нации, вселить в народ веру в лучшее будущее, в успех государства [Юдина 2019: 311]. В дополнение к интегративной функции выделяют инспиративную, декларативную и перформативную функции [Шейгал 2002: 205]. Все упомянутые функции инаугурационной речи указывают на связи между целью торжественного обращения и проявлениями ритма в тексте, так как эффективность воздействия на реципиента напрямую связана с ритмичностью текста: использование средств ритмизации позволяет достичь наибольшего воздействия на аудиторию.

В настоящем исследовании мы рассматриваем проблему трансляции ритмичности при переводе. В работе реализован анализ инаугурационного обращения Э. Макрона [Macron 2017] с целью выявления наличия средств ритмизации. На первом этапе целью нашего исследования стала параметризация ритмической организации текста инаугурационного обращения президента. Основными методами исследования являются лингвостилистический анализ и описательный метод. Кроме того, в качестве инструмента параметризации ритма в работе мы использовали метод компьютерной лингвистики – программу Prose Rhythm Detector. Полученные нами данные приведены в Таблице 1 в количественном и процентном соотношении.

Таблица 1. Количество употреблений средств ритмизации
в инаугурационном обращении Э. Макрона

Параметр	Кол-во проявлений	Кол-во в процентах
Синтаксический и лексический уровень		
Анафора	12	8,9 %
Параллельные конструкции	8	5,9 %
Однородные члены предложения	32	23,8 %
Фразеологизмы	2	1,4 %
Метонимия	3	2,23 %
Парцелляция	1	0,74 %
Фонетический		
Бедная рифма	53	38,5 %
Недостаточная рифма	11	8,2 %
Богатая рифма	9	6,7 %
Аллитерация	3	2,2 %

В Таблице 1 представлены данные о частоте употребления тех или иных ритмических средств на синтаксическом, лексическом и фонетическом уровнях. Мы можем наблюдать, что чаще всего ритмизация происходит на фонетическом уровне, посредством образования бедных рифм – 53 раза, или 38,5 %. Также для речи Э. Макрона достаточно часто употребление однородных членов предложения – 27 случаев (23,8 %).

Следующим этапом нашего исследования стало выполнение перевода видео инаугурационного обращения Э. Макрона [Macron 2017]. Было решено осуществить закадровый перевод, был выбран именно этот способ, потому что цель нашего перевода – это попытка сохранения ритмичности оригинального текста, а ритм лучше воспринимается на слух. Кроме того, инаугурационная речь изначально создаётся для её произнесения. Основными требованиями закадрового перевода являются сохранение оригинальной звуковой дорожки и стремление к наибольшей синхронности звучания исходного и переводного текстов.

Материал перевода – инаугурационное обращение Э. Макрона 2017 г., продолжительность видео – 11 мин. 52 сек. Что касается процесса озвучивания, то в нашем случае, в виду ограниченности ресурсов, запись осуществлялась с использованием петличного микрофона в тихом помещении. Человек, чей голос мы использовали для озвучивания – не является профессиональным диктором. Суммарное время, затраченное на запись звуковой дорожки, составило около 13 часов и включало в себя обсуждение фрагментов речи, корректировку перевода, тренировочные записи с целью укладки текст в определённый временной отрезок. Следующим этапом после озвучивания был монтаж, который предполагал отбор наиболее удачного варианта звуковой дорожки / совмещение разных дорожек в одну (всего было использовано 56 звуковых файлов), далее мы последовательно накладывали перевод на исходное видео, пытаясь синхронизировать звуковые дорожки, и, наконец, объединили перевод и исходное видео в один видеофайл. Монтаж осуществлялся при помощи «InShot Video Editor».

Рассмотрим некоторые случаи, когда были выявлены трудности воспроизведения ритмичности исходного текста в переводе и когда понадобилось редактирование текста при озвучивании текста перевода. Начнём с описания трудностей на грамматическом уровне.

Исходный текст	Текст перевода
<i>Ils ont besoin d'une France forte et sûre de son destin. Ils ont besoin d'une France qui porte haut la voix de la liberté et de la solidarité.</i>	<i>Им нужна сильная Франция, уверенная в своём будущем. Им нужна Франция, которая выступает за свободу и солидарность.</i>
<i>Ils ont besoin d'une France qui sache inventer l'avenir.</i>	<i>Им нужна Франция, которая создаёт своё будущее.</i>

В данном отрывке ритмичность образует анафора, она объединяет три следующих друг за другом предложения, повторяющаяся часть состоит из пяти элементов и это значительно влияет на ритмичность текста.

В переводе анафора содержит лишь три элемента, но повтор всё же сохраняется. Стоит отметить также, что в первом случае нами была нарушена последовательность элементов, отчасти это связано с нормами русского языка, а также со стремлением не перегружать текст более сложными конструкциями.

Исходный текст	Текст перевода
<i>Je songe au Général de Gaulle <...>.</i>	<i>Я думаю о генерале де Голле <...>.</i>
<i>Je songe à Georges Pompidou <...>.</i>	<i>Я думаю о Жорже Помпиду <...>.</i>
<i>À Valéry Giscard d'Estaing <...>.</i>	<i>О Валери Жискар д'Эстене <...>.</i>
<i>À François Mitterrand <...>.</i>	<i>О Франсуа Миттеране <...>.</i>
<i>À Jacques Chirac <...>.</i>	<i>О Жаке Шираке <...>.</i>
<i>À Nicolas Sarkozy <...>.</i>	<i>О Николя Саркози <...>.</i>
<i>Et je songe bien sûr à François Hollande <...>.</i>	<i>И конечно же, я думаю о Франсуа Олланде <...>.</i>

Данный отрывок интересен тем, что, во-первых, конструкция повтора используется на протяжении большого фрагмента текста, а во-вторых, мы можем наблюдать, как изменяется количество элементов в самой анафоре, но при этом не теряется целостность. В исходном тексте вначале анафора состоит из трёх элементов, затем остаётся только один, и в самом конце её состав вновь содержит три элемента.

При переводе мы также решили сохранить вариативность элементов, составляющих анафору. В переводе сохраняется даже большее единообразие, в русском языке не происходит смены предлогов в отличие от французского языка, где предлог меняется в зависимости от наличия артикля у следующего слова.

Исходный текст	Текст перевода
<i>Partout, on se demandait si les Français allaient décider à leur tour de se replier sur le passé illusoire, s'ils allaient rompre avec la marche du monde quitter la scène de l'Histoire, céder à la défiance démocratique, l'esprit de division et tourner le dos aux Lumières, ou si au contraire ils allaient embrasser l'avenir, se donner collectivement un nouvel élan <...>.</i>	<i>Все хотели знать, какое решение примут французы, сделают ли шаг в прошлое, откажутся ли от общемирового курса, уйдут ли со сцены Истории, поддадутся ли демократическому недоверию, разногласиям, повернутся ли спиной к Просвещению или наоборот пойдут навстречу будущему, навстречу новым стремлениям, <...>.</i>

В этом отрывке мы наблюдаем параллельную конструкцию, которая образуется за счёт оборота *si + подлежащее + сказуемое*, кроме того за каждым повтором следует цепочка однородных членов предложения, которые нам удалось сохранить. Однако, что касается параллельных конструкций, то мы видим, что в данной ситуации «*si*» выполняет функцию предположения в вопросительном выражении, в русском языке такую функцию выполняет частица «*ли*». В переводе первой части отрывка мы используем именно эту частицу, но в

соответствии с правилами русского языка она употребляется после каждого глагола в цепочке перечислений, поэтому частота её использования выше. Всего в оригинальном отрывке нам встречается три конструкции с «*si*», тогда как в переводе конструкций с «*ли*» – пять. Во второй части отрывка «мысль меняется» и «выражает» уже противоположные действия, во французском языке вновь мы видим конструкцию с «*si*», но в русском языке при дальнейшем использовании вопросительной частицы может нарушиться структура высказывания и «потеряться» логика. Но мы нашли способ компенсации этой потери, используя повтор слова «*навстречу*», который к тому же, как нам кажется, позволяет усилить эмоциональное воздействие.

Таким образом, как можно видеть, бывают случаи, когда перевод содержит большее количество ритмических средств, чем оригинал. Мы полагаем, что в данном случае мы справились с задачей передачи ритма и, возможно, даже смогли компенсировать неизбежные потери на фонетическом уровне.

Далее рассмотрим случаи использования однородных членов предложения как средств ритмизации.

Исходный текст	Текст перевода
<i>La division et les fractures qui parcourent notre société doivent être surmontées, qu'elles soient économiques, sociales, politiques ou morales; car le monde attend de nous que nous soyons forts, solides et clairvoyants.</i>	<i>Мы должны преодолеть любые разногласия, возникшие в нашем обществе, будь то экономические, социальные, политические или моральные, потому что от нас ждут проявления силы, твёрдости и прозорливости.</i>

Данное предложение можно разделить на две части, в каждой из них мы наблюдаем исследуемое нами средство выражения ритма. В первом случае – это однородные определения, и в переводе они сохраняются как определения. Однако во второй части мы наблюдаем некоторые изменения. В оригинале это также однородные определения, которые, как нам кажется, неслучайно употребляются именно в этом порядке: каждое последующее слово длиннее предыдущего (это усиливает эмоциональное воздействие на реципиента).

В переводе мы видим уже цепочку однородных дополнений, так как мы приняли решение использовать приём транспозиции и изменить часть речи на существительные. На качество ритмизации это не влияет, так как сохраняются все три элемента последовательности, интонация перечисления, а также нам удалось сохранить удлинение каждого последующего слова, благодаря чему смогли воспроизвести эмоциональное воздействие.

Исходный текст	Текст перевода
<i>Je sais pouvoir compter sur tous nos compatriotes pour mener à bien la tâche considérable et exaltante qui nous attend.</i>	<i>Я уверен, что могу рассчитывать на каждого из вас, выполняя эту важнейшую и волнующую задачу, стоящую перед нами.</i>

Этот пример демонстрирует ещё один переводческий приём – опущение. Однако мы были вынуждены применить его не для сохранения ритмичности, наоборот, теряется перечислительная интонация, которая задается однородными членами предложения и эмоциональным воздействием, которое актуализируют эпитеты. Но наша задача состояла не только в сохранении ритмизации, но и в осуществлении перевода для закадрового озвучивания, поэтому пришлось пожертвовать одним прилагательным ради наибольшей синхронности звучания оригинала и перевода. Проблема состояла в том, что перевод по продолжительности длиннее, чем оригинал, а таких случаев следует избегать. Принимая это решение, мы убедились, что при опущении прилагательного *exaltante*, не происходит смысловой потери, а значит, наш вариант перевода можно считать допустимым.

Исходный текст	Текст перевода
<i>Tout ce qui forge notre solidarité nationale sera refondé, réinventé, renforcée.</i>	<i>Всё то, что формирует нашу национальную солидарность будет восстановлено, переосмыслено, укреплено.</i>

Прежде всего в этом отрывке мы замечаем однородные члены предложения, с передачей которых нам удалось справиться. Однако здесь есть ещё одна деталь – использование слов с префиксом *re*, который в данном случае имеет значение усиления: *refondé – réinventé – renforcée*. В переводе же нам не удаётся сохранить однообразие префиксов, это обусловлено правилами сочетаемости в русском языке. Но всё же мы использовали слова с префиксами, близкими по значению: «*вос*» – вновь совершить какое-либо действие, «*пере*» – сделать заново, «*у*» – завершение, достижение результата. Несмотря на различные префиксы однородных членов, они имеют одинаковые окончания, что безусловно влияет на ритмичность, то же самое мы можем наблюдать и в оригинале.

Теперь перейдём к рассмотрению лексического уровня. К лексическим средствам выражения ритма относятся: лексические повторы, синонимы, антонимы, фразеологизмы, пословицы, устойчивые выражения и другие.

Исходный текст	Текст перевода
<p><...> <i>s'ils allaient rompre avec la marche du monde, quitter la scène de l'Histoire, céder à la défiance démocratique, l'esprit de division et tourner le dos aux Lumières, ou si au contraire ils allaient embrasser l'avenir, se donner collectivement un nouvel élan, <...>.</i></p>	<p><...> <i>сделают шаг в прошлое, откажутся ли от общемирового курса, уйдут ли со сцены Истории, поддадутся ли демократическому недоверию, разногласиям, вернуться ли спиной к Просвещению или наоборот пойдут навстречу будущему, навстречу новым стремлениям <...>.</i></p>

Первое выражение встречается нам почти в самом начале и представляет собой устойчивое выражение «*tourner le dos à*», что означает «*вернуться спиной к чему-либо*» в значении проявления безразличия, пренебрежения, отказа от движения вперёд. В русском языке также существует подобное выражение, в целом имеет такое же значение и понятно носителям русского языка. Поэтому в переводе мы решили не раскрывать значение выражения, а сохранить его образность. Также в этом отрывке мы наблюдаем отсылку к исторической эпохе Просвещения – «*Lumières*» – и полагаем, что в данном случае это метафора развития, движения вперёд, к новым достижениям. Такая метафора понятна и носителям русского языка, поэтому мы также приняли решение сохранить её в переводе. Таким образом, мы считаем, что с точки зрения ритмизации, наш перевод этого отрывка можно считать успешным.

Исходный текст	Текст перевода
<p><i>Il m'appartiendra de convaincre les Françaises et les Français que notre pays, qui aujourd'hui semble mis à mal par les vents parfois contraires du cours du monde, porte en son sein toutes les ressources pour figurer au premier rang des nations.</i></p>	<p><i>Моя задача – убедить французов в том, что наша страна, движению которой сегодня могут препятствовать встречные ветра мирового развития, обладает всем необходимым, чтобы стать мировым лидером.</i></p>

Одним из наиболее сложных случаев для нас был перевод выражения «*mis à mal par les vents contraires*». Мы стремились к сохранению этого образа в переводе, так как с точки зрения ритмизации его игнорирование стало бы значительной потерей. Эта фраза также была сложной и с точки зрения озвучивания. Прежде всего, из-за высокого темпа произнесения, а также из-за того, что на французском языке она не сдержит слов со скоплением согласных, к тому же мы наблюдаем несколько рифм, всё это позволяет без препятствий произнести фразу в быстром темпе. Однако из-за особенностей структуры русского языка мы столкнулись с трудностями. Вначале после нескольких неудачных попыток мы хотели изменить перевод, немного облегчить конструкцию, но затем нам удалось записать удачный вариант и добиться синхронности звуковых дорожек.

Что касается структурно-композиционного уровня, то здесь важны последовательность частей текста (вступления, основной части, заключения), смена микротем, переходные связи между ними и т. д. В речи президента Э. Макрона мы наблюдаем следующее: во вступлении он обращается к гражданам страны, благодарит их за сделанный выбор и убеждает их в том, что они поступили правильно, выбрали то, что нужно сейчас стране. В основной части президент переходит к целям, которые он намерен достигнуть во время своего президентского срока, говорит о сильных и слабых сторонах Франции, а также обращается к своим предшественникам, вспоминая их заслуги перед страной. В заключении президент вновь повторяет основные задачи, которые необходимо решить, признаёт, что это непросто, но утверждает, что справится с этим и не подведёт свою страну, но для этого ему нужна поддержка со стороны граждан Франции.

Что касается успешности передачи ритмичности на этом уровне текста в переводе, то мы уверены, что в целом нам это удалось, так как сохранение архитектоники текста и контекстуальных связей было одной из наших главных целей.

Заключение

Анализ перевода показал, что воспроизведение ритмических средств оригинала возможно, однако существуют ограничения. Средства грамматического, лексического и структурно-композиционного уровней практически всегда удаётся сохранить в тексте перевода, тогда как средства фонетического уровня почти невозможно. При невозможности воспроизведения ритма исходного текста, используя то же средство, можно компенсировать его другим средством, в том числе средством другого уровня текста. Также стоит отметить, что необходимость осуществления закадрового перевода и синхронизации звуковых дорожек в некоторых случаях препятствовала воспроизведению ритма исходного текста, однако нам удавалось компенсировать это. К тому же, выполнение закадрового перевода, безусловно, повлияло на некоторые переводческие решения, которые мы принимали.

Таким образом, ритмическая составляющая перевода медиатекста, будучи второстепенной по сравнению с семантическим и прагматическим аспектами перевода, тем не менее, не должна игнорироваться, поскольку является неотъемлемой частью его эквивалентности.

Список литературы

1. Аникина П.С. Стилистические особенности, тактики и функции в первой инаугурационной речи действующего президента США Барака Обамы // *Филологические науки. Вопросы теории и практика*. 2015. № 6 (48): Ч. II. С. 16–20.
2. Безменова Л.Э., Ананьева М.Г. Поздравление с рождением как ритуальный жанр (на материале англоязычного политического дискурса) // *Вопросы современной филологии в контексте взаимодействия языков и культур*. Оренбург: Изд-во «Оренбургский педагогический университет», 2019. С. 20–24.
3. Бойчук Е.И. Фонетический, лексико-грамматический и структурно-композиционный аспекты анализа ритма прозы (на материале романов Стендаля, О. Де Бальзака, Г. Флобера, Г. Де Мопассана). Автореф. ... к. филол. н. М., 2015. 22 с.
4. Бойчук Е.И., Воронцова И.А., Шляхтина Е.В., Беляева О.В. Идиостиль и ритм текста: коллективная монография. Ярославль: РИО ЯГПУ, 2019. 184 с.
5. Гиршман М.М. Ритм художественной прозы. М.: Изд-во «Советский писатель», 1982. URL: https://narratology.at.ua/_ld/0/20_girshman-rithm.pdf (дата обращения: 06.02.2022).
6. Голубева-Монаткина Н.И. К проблеме ритма прозы // *Известия Российской Академии наук. Серия литературы и языка*. М.: Российская Академия наук, 2017. Т. 76. № 2. С. 16–27.
7. Демьянков В.З. Политический дискурс как предмет политологической филологии // *Политическая наука. Политический дискурс: история и современные исследования*. М.: ИНИОН РАН, 2002. № 3. С. 32–43.
8. Иванова-Лукьянова Г.Н. Ритм прозы от Карамзина до Чехова. М.: Изд-во «Московский государственный лингвистический университет», 2017. 336 с.

9. Кишалова Л.В. Экспериментальное исследование роли ритма прозаического текста в процессе его восприятия // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. 2016. № 2 (106). С. 142–149.

10. Крышталева В.Е. Инаугурационные обращения Д.А. Медведева и Н. Саркози как монологический жанр в политическом дискурсе // Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: История, филология. 2018. Т. 17. № 9. С. 125–132.

11. Лантух А.М. Лексико-синтаксические особенности ритуального жанра политического дискурса // В многомерном пространстве современной лингвистики: сборник работ молодых учёных. М.: ПРИНТИКА, 2021. С. 118–126.

12. Любимова Н.А., Дещенко О.И. Три ритмические характеристики научно-популярного текста // Русский язык как иностранный и методика его преподавания. СПб.: РОПРЯЛ, 2020. № 31. С. 56–61.

13. Масютина О.А. Инаугурационное обращение как жанр американского президентского дискурса // Университетские чтения. 2012. № 2. 5 с. URL: https://pgu.ru/editions/un_reading/detail.php?SECTION_ID=2903&ELEMENT_ID=12038 (дата обращения: 22.02.2022).

14. Степанюк Ю. В. Ритм прозы как переводческая проблема // Язык и культура. Лингвистика, поэтика, сравнительная культурология, теория перевода / под ред. Н.К. Гарбовского. М.: Изд-во «Московский государственный университет», 2001. С. 49–55.

15. Шейгал Е.И. Инаугурационное обращение как жанр политического дискурса // Жанры речи. 2002. № 3. С. 205–214.

16. Шляхтина Е.В. Передача ритмических средств при переводе художественной прозы с английского на русский язык (на материале романа К. Аткинсон «Жизнь после смерти») // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Лингвистика. 2019. № 5. С. 149–161.

17. Юдина О.А. Роль инаугурационной речи в политической коммуникации: характеристики, функции и особенности перевода // Молодой ученый. 2019. № 5(243). С. 310–313.

18. Macron E. Discours d'investiture (texte), 2017. URL: <https://www.elysee.fr/emmanuel-macron/2019/08/27/discours-du-president-de-la-republique-a-la-conference-des-ambassadeurs-1> (дата обращения: 22.10.2021).

19. Macron E. Discours d'investiture (video), 2017. URL: https://www.youtube.com/watch?v=pBtFF_d8lzl&list=PLMKTRIKaV-3Y06aRQRFPtWa0PN3RfWE5k&index=1&t=11s (дата обращения: 22.10.2021).

Информация об авторах

Н.В. Хорошева – кандидат филологических наук, доцент,
заведующий кафедрой лингвистики и перевода,

Пермский государственный национальный исследовательский университет;

Е.Н. Бабич – студент, факультет современных иностранных языков и литератур,
Пермский государственный национальный исследовательский университет.

Information about the authors

N.V. Khorosheva – PhD (Philology), Head of the Chair of Linguistics and Translatio,
Perm State University;

E.N. Babich – Student, Faculty of Modern Foreign Languages and Literatures,
Perm State University.

Евразийский гуманитарный журнал. 2022. № 3. С. 52–60.
Eurasian Humanitarian Journal. 2022. No. 3. P. 52-60.

Научная статья
УДК 81'42

ИНФОГРАФИКА КАК ОСОБЫЙ СПОСОБ ВИЗУАЛИЗАЦИИ СМЫСЛА ТЕКСТА ПРИ ПЕРЕВОДЕ: КОГНИТИВНО-ДИСКУРСИВНЫЙ АСПЕКТ

Мария Алексеевна Хрусталева¹, Альбина Тахировна Шарафутдинова²

^{1,2} Пермский государственный национальный исследовательский университет, Пермь, Россия

¹ cristalik1982@list.ru

² albinax190800@gmail.com

Аннотация. В данной статье исследуется потенциал инфографик как особого способа представления информации, они рассматриваются в качестве исходного текста (ИТ) для дальнейшего перевода. Появление новых технологий, создание более интуитивного, понятного и доступного программного обеспечения, использование интернета и свободный доступ к нему, открывающий с каждым годом все больше возможностей для получения информации, привели к изменению способов репрезентации данных, создания, интерпретации и понимания информационного контента. Предпереводческий анализ проводится в русле когнитивного-дискурсивного анализа, рассматриваются способы восприятия визуальных данных, их категоризация и концептуализация. Также в ходе исследования была разработана концептуальная схема INFOGRAFÍA при помощи фреймового моделирования, описаны слоты данного фрейма, а также выявлены основные семантические связи между вербальными реализациями его слотов и подслотов. Структура концептуальной схемы представляется достаточно разветвленной, а преобладающие типы семантической связи между лексемами слотов – отношения «часть-целое», синонимия.

Ключевые слова: инфографика, категоризация, концептуализация, концептуальная схема, слот, семантические отношения.

Для цитирования: Хрусталева М.А., Шарафутдинова А.Т. Инфографика как особый способ визуализации смысла текста при переводе: когнитивно-дискурсивный аспект // Евразийский гуманитарный журнал. 2022. № 3. С. 52–60.

Original article

INFOGRAPHICS AS A SPECIAL WAY TO VISUALIZE TEXT MEANING IN TRANSLATION: THE COGNITIVE AND DISCURSIVE ASPECT

Maria A. Khrustaleva¹, Albina T. Sharafutdinova²

^{1,2} Perm State University, Russia, Perm

¹ cristalik1982@list.ru

² albinax190800@gmail.com

Abstract. This paper attempts to evaluate the potential of infographics as a special way of presenting information by considering them as a source text (IT) for further translation. The emergence of new technologies, the creation of more intuitive, understandable and accessible software, the use of the Internet and free access to it, which opens up more and more opportunities for obtaining information every year, have led to a change in the ways of representing data, creating, interpreting and understanding information content. The pre-translation analysis of IT is conducted in the framework of cognitive-discursive analysis: the ways of visual data perception, their categorization and conceptualization are considered. In the course of

the study, the INFOGRAFÍA conceptual schema is also modelled using frame modelling, the slots of this frame are described and the main semantic links between the verbal realisations of its slots and sub-slots are revealed. The structure of the conceptual schema seems to be quite branched, and the predominant types of semantic relations between lexemes slots are "part-whole" relations and synonymy.

Keywords: infographics, categorization, conceptualization, conceptual schema, slot, semantic relations.

For citation: Khrustaleva M.A., Sharafutdinova A.T. Infographics as a special way to visualize text meaning in translation: the cognitive and discursive aspect. Eurasian Humanitarian Journal. 2022;3:52-60. (In Russ.).

Введение

В связи с ускоренным темпом развития информационных технологий объем информации аналогичным образом возрастает: традиционные методы ее обработки не успевают за таким прогрессом и становятся неэффективными [Гуничева, Голубев 2018]. Появление новых технологий, создание более интуитивного, понятного и доступного программного обеспечения, использование интернета и свободный доступ к нему, открывающий с каждым годом все больше возможностей для получения информации, привели к изменению способов репрезентации данных, создания, интерпретации и понимания информационного контента. Очевидно, что данная революция в способах работы с информацией не могла не оставить заметный след во всех сферах жизни человека, включая науку [Vilaplana 2019]. Отметим, что буквально несколько лет назад распространение знаний было ограничено лишь печатными версиями научных журналов и книг. Появление интернета и бурное развитие телекоммуникационных технологий привело к кардинальным изменениям в вопросах обмена научными публикациями и продвижения исследований по всему миру. Стоит отметить и то, что благодаря развитию технологий в течение этого столетия были консолидированы новые форматы передачи данных, такие как инфографика [Vilaplana 2019].

Для того чтобы понять суть и функции современной инфографики, на данном этапе работы видится целесообразным обратиться к истории возникновения и развития данной технологии подачи информации. Мнения по поводу точного периода возникновения инфографики очень разнятся. Так, американский профессор психологии Майкл Френдли отмечает, что инфографика зародилась в XII в. с появлением различных диаграмм [Friendly 2006]. Итальянский профессор инфографики Альберто Каиро, в свою очередь, и его последователи считают, что инфографика появилась в 1982 г. с выходом газеты «USA Today» [Cairo 2012]. Е.А. Баранова отмечает, что инфографики берут свое начало с появления британской газеты Daily Courant в 1702 году [Баранова 2013]. Иной точки зрения придерживается Г.А. Никулова, которая, опираясь на значение понятия «инфографика», утверждает, что первая инфографика возникла с появлением наскальных рисунков [Никулова, Подобных 2010]. Исходя из вышесказанного, думается, что теорию развития инфографики можно представить, как ряд относительно независимых друг от друга этапов, на каждом из которых люди сталкиваются с новыми элементами: начиная от примитивных наскальных рисунков и первых географических карт, вплоть до современных видов цифровой инфографики, которые насыщены внушительными объемами информации: она представляется зрителю весьма оригинальными способами совмещения текста и изображений [Фролова 2014].

Основная часть

В последнее время все чаще поднимается вопрос о применении новых информационных технологий, к которым относится и инфографика, не только в качестве одного из способов представления информации в сфере образования, но и как специфический языковой материал, изучаемый в рамках когнитивно-дискурсивного подхода. Лингвисты и ученые, работающие в данном направлении, еще не пришли к общему единому выводу о том, какие именно средства и методы подачи и представления информации являются единственно верными для использования, и существуют ли таковые вообще.

Отсюда также вытекает и тот факт, что лингвисты в попытках найти интересные методы подачи информации в своих исследованиях открыли для себя новое явление – инфографику. Неудивительно, что с ростом популярности инфографики возросло и количество областей, в которых применяют этот подход. В то же время, изменение альтернатив ее использования никак не тронуло главную цель инфографик – структурирование данных. При использовании инфографики в качестве материала для перевода, художественное оформление самой инфографики также несет в себе когнитивную функцию: передача данных посредством использования символов, соответствующих тому объекту, который он описывает, запускает различные когнитивные процессы. Переводчику важно не только рассмотреть и перевести текст, но и осмыслить то, какие значения имеет каждая иконка, схема и диаграмма. Важно также понимание того, каким образом произойдет осмысление, анализ, систематизация и дальнейший процесс перевода представленных иконографических данных.

При рассмотрении инфографик в качестве материала для перевода, возникает проблема осмысления ее визуальной составляющей. Различные художественные приемы и решения, используемые автором при создании инфографик могут нести в себе цель передачи образа, описываемого объекта, либо же просто быть декоративным элементом, не нуждающимся в интерпретации и не влияющим на смысл информации в целом. Тот или иной визуальный элемент инфографики может выступать в качестве знака, но становится им только в процессе семиозиса или в определенной знаковой ситуации. Процесс декодирования текста автора отличается от процесса понимания текста читателем тем, что второй выходит за рамки лишь простого озвучивания знака и переходит на уровень интеграции в него смысла. Иногда может возникнуть проблема некорректного понимания информации, заложенной автором, то есть первоначальный смысл текста не всегда может совпадать с его пониманием со стороны читателя, именно поэтому некоторые когнитивные процессы, такие как, например, концептуализация, на данном этапе работы могут быть нарушены.

Согласно Е.С. Кубряковой, концептуализация – «один из важнейших процессов познавательной деятельности человека, заключающийся в осмыслении поступающей к нему информации и приводящий к образованию концептов, концептуальных структур и всей концептуальной системы в мозгу человека» [Краткий словарь когнитивных терминов 1996: 93]. Нередко концептуализация рассматривается как некоторый «сквозной» для разных форм познания процесс структурирования знаний и возникновения разных структур представления знаний из неких минимальных концептуальных единиц [Гончаров 1990]. Подчеркнем, что процесс концептуализации тесно связан с процессом категоризации: являя собой классификационную деятельность, они различаются по конечному результату или цели деятельности.

«Категоризация – это главный способ придать воспринятому миру упорядоченный характер, систематизировать как-то наблюдаемое и увидеть в нем сходство одних явлений в противовес различию других» [Краткий словарь когнитивных терминов 1996: 96]. Каждое отдельное действие категоризации представляет собой пример решения проблемы, и в нем задействованы механизмы умозаключений, получения выводных данных (инференции) и другие логические и когнитивные операции [там же].

Таким образом, процесс концептуализации направлен на выделение минимальных единиц человеческого опыта в их идеальном содержательном представлении, тем временем как процесс категоризации направлен на объединение единиц, проявляющих в том или ином отношении сходство или характеризующихся как тождественные, в более крупные разряды [там же: 98]. Применение когнитивно-дискурсивного подхода к анализу вербальной реализации инфографики, а также анализ её визуальной составляющей, могут предоставить переводчику довольно интересные данные для проникновения в заложенный автором исходного текста смысл.

В данной статье разрабатывается модель концептуальной схемы понятия INFOGRAFÍA, на материале трех испаноязычных статей, опубликованных в электронных

изданиях на тему инфографики: [González-Pacanowski, Toni Medina 2009: эл. ресурс], [Sanz-Lorente, Castejón-Bolea 2018: эл. ресурс] и [Vilaplana Camús 2019: эл. ресурс], а также на материале дипломной работы на испанском языке на ту же тематику: [Bravo Aguinaga 2019: эл. ресурс]. В ходе исследования были использованы метод фреймового моделирования, когнитивно-дискурсивный, семантический и дефиниционный виды анализа. Концептуальные схемы полезны в представлении информации и называются также картами лекций, схемами действий и т. п. Они являются представлением многоуровневых списков в виде специальных графов. Узлы дерева представляются в виде концептов. Корневой или основной узел является основным концептом. Концепты могут иметь надписи в виде текстов, таблиц, формул, рисунков и т. п., а также размещаемые рядом с ними аннотации [Есяян, Добровольский 2014].

В статье для построения концептуальной схемы INFORGRAFÍA нами был использован фреймовый метод. В основе данного вида анализа лежит одно из центральных понятий когнитивной лингвистики – фрейм. Предполагается, что обращение к фреймовому анализу как методу когнитивного моделирования языка позволяет установить между языковыми реализациями различные типы семантической связи, что, в свою очередь, дает возможность визуально представить структуру знания. Кроме того, обращение к данному виду анализа помогает смоделировать «принципы структурирования и отражения определенной части человеческого опыта, знаний в значениях языковых единиц, способы активации общих знаний, обеспечивающих понимание в процессе языковой коммуникации» [Болдырев 2004: 29]. Посредством обращения к когнитивно-дискурсивному методу анализа языкового материала, а также при использовании фреймового моделирования нами была предпринята попытка визуализировать смысловое содержание ИТ четырех испанских статей в виде инфографики.

Рассматриваемая концептуальная схема понятия INFOGRAFÍA была представлена в виде фрейма, состоящего из 6 слотов: *Antecedentes* / Предпосылки, *Definición* / Определение, *¿Cómo es y para qué sirve?* / Что это и для чего она нужна? *Elementos* / Составные части, *Tipos* / Виды и *Infografía en la red* / Инфографика в сети.

Рассмотрим первый слот *Antecedentes* и его наполнение. Данный слот был разделен на пять подслотов: *Prehistoria* / Доисторические времена, *Edad media* / Средневековье, *Renacimiento* / Ренессанс, *Siglo de las Luces* / Просвещение и *Siglo XX* / XX век.

Согласно определению, полученному при обращении к словарю Испанской королевской академии, можно констатировать следующее значение лексемы *antecedente*:

«*Antecedente* – acción, dicho o circunstancia que sirve para comprender o valorar hechos posteriores» [DRAE: эл. ресурс] / Предпосылка – действие, высказывание или обстоятельство, которое служит для понимания или оценки последующих фактов.

В данном слоте и его подслотах представлены лексемы, обозначающие различные прообразы современных инфографик в различные исторические периоды, начиная от доисторических времен и заканчивая самыми влиятельными графическими проектами человечества XX века.

Таблица 1. Функционирование вербальных репрезентантов слота *Antecedentes* / Предпосылки

ИТ	ПТ
Durante la época del Renacimiento se inicia un proceso de cambio donde la religión va dando paso a la razón y donde la imagen y los datos siguen desarrollándose en el campo de la cartografía con la <i>Cosmographia de Sebastian Münster</i> o la astronomía con el <i>sistema de Descartes</i> .	В эпоху Возрождения религия уступает место разуму, а картинка и информационные данные продолжают развиваться в области картографии, примерами чего являются <i>Космография Себастьяна Мюнстера</i> или <i>система Декарта</i> в астрономии.

Отметим, что между языковыми реализациями в подслотах данного слота были обнаружены семантические отношения синонимии – *pinturas prehistóricas* / наскальные рисунки и *petroglifos en el Paleolítico* / петроглифы в палеолите. Аналогичным образом отношения синонимии обнаружены между следующими лексемами: *mapa de un tesoro* / карта сокровищ, *cartas de navegación* / навигационные карты и *mapa del metro de Londres de Henry Beck* / схема лондонского метро Генри Бека.

Второй слот *Definición* является довольно объёмным по своему содержанию и разделен на два подслота: *Visualización* / Визуализация и *Herramienta* / Инструмент. Считается необходимым рассмотреть определение, которое дано понятию *definición* в словаре Испанской королевской академии:

«*Definición* – *proposición que expone con claridad y exactitud los caracteres genéricos y diferenciales de algo material o inmaterial*» [DRAE: эл. ресурс] / Определение – суждение, которое четко и точно раскрывает общие и отличительные черты чего-то материального или нематериального.

Данный слот и его подслоты отражают то, каким образом современными учеными и исследователями понимается понятие инфографика, и какие ассоциации у них возникают. Инфографики рассматриваются как способ визуализации данных, а также как инструмент или средство для работы с информацией.

Таблица 2. Функционирование вербальных репрезентантов слота *Definición* / Предпосылки

ИТ	ПТ
La infografía es una <i>combinación de textos y de imágenes</i> sintéticas, explicativas y fáciles de entender, con el fin de comunicar información de manera visual para facilitar su transmisión. [...] Por tanto, la infografía debe ser, simplemente, una <i>herramienta que armonice utilidad con visualidad</i> , con el fin último de comprender la información.	Инфографика представляет собой простое для понимания <i>синтетическое сочетание текстов и изображений</i> , целью которого является визуальное представление информации для облегчения ее понимания при передаче. [...] Таким образом, инфографика должна быть <i>инструментом, сочетающим в себе полезность и визуальность</i> , конечная цель которого облегчить понимание информации.

Как можно заметить, между лексемами слота *Definición* превалирует в большей степени синонимия. Лексемы *combinación de textos y de imágenes* / сочетание текста с изображением, *composición de imagen y palabra* / композиция из изображения и текста, *modo de presentar la información de forma icónica y textual* / способ представления информации в знаковой и текстовой форме, *herramienta que armoniza la utilidad con visualidad* / инструмент, сочетающий в себе полезность и визуальность и *elemento ornamental e informativo* / декоративный и информативный элемент являются синонимами. Лексемы *material de enseñanza* / учебное пособие, *fin educativo* / воспитательная цель и *herramienta de aprendizaje* / обучающее средство являются составляющими лексемы *recurso educativo* / образовательный ресурс, то есть можно констатировать наличие семантических связей по линии соположенности. Аналогично и лексемы *técnica de elaboración de imágenes mediante ordenador* / техника обработки изображений с помощью компьютера, *representaciones gráficas* / графическое представление, *cuadro gráfico* / диаграмма, *recurso tecnológico* / технологическое средство и *piezas gráficas de alto impacto visual* / графические материалы с высоким визуальным воздействием находятся в отношении соположенности с языковой реализацией *diseño gráfico* / графический дизайн.

Перейдем к рассмотрению третьего слота *¿Cómo es y para qué sirve?* / Что это и для чего она нужна? Данный слот включает подслоты *Características* / Характеристики и *Objetivos* / Цели.

В словаре Испанской королевской академии имеется следующее определение лексемы *característica*:

«*Característica – dicho de una cualidad: Que da carácter o sirve para distinguir a alguien o algo de sus semejantes*» [DRAE: эл. ресурс] / Характеристика – определение качества кого-либо или чего-либо, выделяющая кого-либо или что-либо из ряда им подобных.

Лексемы, наполняющие данный слот, описывают основные черты инфографики, а также цели, которые преследуются при ее создании.

Таблица 3. Функционирование вербальных репрезентантов слота *¿Cómo es y para que sirve?* / Что это и для чего она нужна?

ИТ	ПТ
<p><i>Características de la infografía en prensa: informativa, significativa, funcional, estética, comprensible, icónica, tipográfica y concordante.</i></p> <p>En lo que a sus objetivos se refiere: <i>visualización, popularización, atracción, comprensión, sistematización, simplificación, retención, exposición y explicación de la información.</i></p>	<p>Специфические характеристики инфографики в прессе: <i>информативная, значимая, эффективная, эстетическая, понятная, знаковая, типографская и согласованная.</i> Что касается преследуемых ею целей, то это: <i>визуализация, популяризация, привлечение внимания, осмысление, систематизация, упрощение данных, удержание внимания, изложение и объяснение информации.</i></p>

Между некоторыми лексемами представленного слота и его подслотов были выявлены следующие семантические связи: отношение часть-целое: вербальные репрезентанты *informativa* / информативная, *significativa* / значимая, *funcional* / эффективная, *estética* / эстетическая, *comprensible* / понятная, *icónica* / знаковая, *tipográfica* / типографская и *concordante* / согласованная обозначают отличительные особенности инфографик и входят в значение лексемы *características* / характеристики. Кроме того, между языковыми реализациями данного слота были выявлены семантические отношения синонимии: *atracción* / привлекательность и *retención* / удержание, а также *exposición* / представление и *explicación* / объяснение.

Четвертый слот фрейма *Elementos* / Составные части состоит из трех подслотов: *Unidades gráficas elementales* / Элементарные графические единицы, *Unidades gráficas adicionales* / Дополнительные графические единицы и *Contenido* / Содержание.

Согласно словарю Испанской королевской академии, лексема *elemento* имеет следующее значение:

«*Elemento – parte constitutiva o integrante de algo*» [DRAE: эл. ресурс] / Элемент – составная или неотъемлемая часть чего-либо.

Данный слот вбирает в себя репрезентанты, которые являют составляющие части современной инфографики. Они могут быть неотъемлемыми частями инфографики, без которых она не может существовать, а также и дополнительными, то есть быть добавлены только при желании.

Таблица 4. Функционирование вербальных репрезентантов слота *Elementos* / Составные части

ИТ	ПТ
<p>Cuando se habla sobre el contenido periodístico de una infografía, se deben analizar algunos aspectos como los tipos de <i>titulares</i> que se utilizan, el <i>tema</i> tratado, las <i>fuentes</i> utilizadas, la <i>precisión</i>, la <i>concisión</i> y el <i>nivel de vinculación de la información con la infografía</i> presentada.</p>	<p>Говоря о журналистском содержании инфографики, следует принимать во внимание такие ее аспекты, как типы используемых <i>заголовков, тематику, источники, точность, краткость</i> и <i>степень соответствия информации</i>, представленной инфографике.</p>

Между языковыми реализациями данного слота и его подслотов была обнаружена семантическая связь синонимии – *iconos* / иконки, *adornos figurativos y abstractos* / образные и абстрактные орнаменты и *dibujos figurativos* / образные рисунки. Были обнаружены и родовидовые отношения: языковая реализация *textos* / тексты является гиперонимом по отношению к лексемам гипонимам *notas o leyendas* / примечания или подписи, *tablas de textos o números* / таблицы с текстом или цифрами, *titulares* / заголовки, *fuentes* / шрифты. Аналогично вербальная реализация *iconos* / иконки является гиперонимом, а лексемы *adornos figurativos y abstractos* / фигуративные и абстрактные орнаменты, *dibujos figurativos* / образные рисунки и *fotografías* / фотографии – гипонимами.

Пятый слот *Tipos* / Разновидности был разделен на три подслота – *Individuales* / Тематические, *Colectivas* / Комплементарные и *Tipos de infografía comparativa* / Виды сравнительной инфографики.

Согласно определению, полученному при обращении к словарю Испанской королевской академии, лексема *tipos* имеет следующее значение:

«Tipo – modelo, ejemplar» [DRAE: эл. ресурс] / Тип – модель, образец.

В данном слоте и его подслотах представлены лексемы, обозначающие различные типы современных инфографик. Они могут не нуждаться в дополнительной информации и освещать лишь какой-то конкретный вопрос или тему, либо нуждаться в пояснении или в разделении на тематические блоки.

Таблица 5. Функционирование вербальных репрезентантов
слота *Tipos* / Разновидности

ИТ	ПТ
<p><i>Las infografías individuales</i> son aquellas que abarcan un único tema y son fáciles de distinguir, porque no presentan dobles títulos ni recuadros internos separadores que no sean los infogramas. [...]</p> <p><i>Las infografías comparativas</i> permiten diferenciar diversos elementos o alguna de sus partes.</p>	<p><i>Тематические</i> инфографики охватывают одну тему, их легко воспринять, поскольку они не имеют двойных заголовков или внутренних тематических блоков, отличных от самой темы инфографики. [...]</p> <p><i>Сравнительные</i> инфографики позволяют дифференцировать между собой составляющие их элементы или выделить какую-то одну их часть.</p>

Как можно заметить, между лексемами слота *Tipos* превалируют в большей степени семантические отношения часть-целое. В подслоте *Tipos de infografía comparativa* лексемы *espaciales* / пространственные и *posicionales* / временные являются частью лексемы *comparativas* / сравнительные.

Последним слотом является слот *Infografía en la red* / Инфографика в сети. Данный слот содержит в себе следующие подслоты: *Ranking mundial de Alexa* / Рейтинговая система Alexa Rank, *Páginas webs más específicas* / Специализированные веб-страницы, *Herramientas online de creación* / Онлайн-ресурсы для создания инфографик и *Herramientas profesionales* / Профессиональные ресурсы.

На данном этапе работы видится целесообразным обратиться к определению лексемы *infografía*, который дает словарь Испанской королевской академии:

«Infografía – técnica de elaboración de imágenes mediante computadora» [DRAE: эл. ресурс] / Инфографика – компьютерная техника обработки изображений.

При повторном обращении к вышеупомянутому словарю дается следующая дефиниция понятию *red*:

«Red – internet. En la red puedes encontrar cualquier información» [DRAE: эл. ресурс] / Сеть – интернет. В сети можно найти любую информацию.

Благодаря данным дефинициям, становится понятно, что лексемы данного слота описывают различные ресурсы для поиска, обмена и создания инфографик как для любителей, так и для людей, занимающихся их созданием на более профессиональном уровне.

Таблица 6. Функционирование вербальных репрезентантов слота *Infografía en la red* / Инфографика в сети

ИТ	ПТ
Por un lado, tenemos <i>Genially, Vizualize, Visme, Infogram, Canva, Easel.ly, Piktochart</i> y <i>Venngage</i> .	С одной стороны, мы можем обратиться к <i>Genially, Vizualize, Visme, Infogram, Canva, Easel.ly, Piktochart, Venngage</i> .

После описания последнего слота, можно сделать следующий вывод: выявлено семантическое отношение часть-целое: все лексемы подслотов *Páginas webs más específicas* / Специализированные веб-страницы, *Herramientas online de creación* / Онлайн-ресурсы для создания инфографик и *Herramientas profesionales* / Профессиональные ресурсы являются названиями страниц в Интернете, которые входят в рейтинг Alexa.

Заключение

Подытоживая все вышесказанное и принимая во внимание тот факт, что инфографика выступает в качестве исходного текста для перевода (ИТ), заметим, что переводчику важно не просто осуществить сам перевод полученной информации с одного языка на другой, но и предварительно, на этапе интерпретации смысла ИТ, «провести работу с концептами» для верной трансляции этого смысла средствами языка перевода. Процесс формирования нового концепта при переводе может быть ограничен теми концептами, которые уже сформированы в другом языке, а также зависит от того, как именно данная концептуальная система может быть пополнена в связи с необходимостью создания нового концепта. Именно в этом заключается одна из проблем переводческой работы с исходными данными, на данном этапе важно максимальное (или приближённое к максимальному) совпадение опыта и знания между автором и читателем.

В связи с тем, что инфографика сочетает в себе текст и изображение, полагаем, что именно инструментарий когнитивно-дискурсивного подхода позволяет провести анализ вербальной реализации инфографики и анализ ее визуальной составляющей. Это, в свою очередь, может предоставить переводчику довольно интересные пути проникновения в заложенный автором исходного текста смысл.

Список литературы

1. Баранова Е.А. Все, что вы должны знать, если хотите развивать инфографику на газетном сайте // Электронный научный журнал МГУ имени М.В. Ломоносова «Медиаскоп». 2013. № 4. URL: <http://www.mediascope.ru/node/1435> (дата обращения: 20.03.2022).
2. Болдырев Н.Н. Концептуальное пространство когнитивной лингвистики // Вопросы когнитивной лингвистики. 2004. № 1. С. 18–36.
3. Гончаров С.С. Концептуализация и смысл. М: Наука, 1990. 240 с.
4. Гуничева Е.М., Голубев О.Б. Дидактические возможности образовательной инфографики // Вологодский государственный университет. Педагогическая информатика. 2018. № 1. С. 15–21.
5. Есяян А.Р., Добровольский Н.М. Концептуальные схемы // Чебышевский сборник. 2014. № 2. С. 134–140.
6. Краткий словарь когнитивных терминов. Под общ. ред. Е.С. Кубряковой. М.: Филологический факультет. Московский государственный университет, 1996. 245 с.
7. Никулова Г.А., Подобных А.В. Средства визуальной коммуникации – инфографика и метадаизайн // Международный электронный журнал КНИТУ «Образовательные технологии и общество» (Educational Technology & Society). 2010. Т. 13. № 2. С. 369–387.

8. Фролова М.А. История возникновения и развития инфографики // Вестник Пермского государственного гуманитарно-педагогического университета. Серия: Информационные компьютерные технологии в образовании. 2014. № 10. С. 135–145.
9. Bravo Aguinaga María Guadalupe, Vidaurre Nieto, Cecilia Lourdes. El uso de la infografía como recurso periodístico para el tratamiento de la información sobre salud en la web del diario La República, año 2017–2018 // Tesis de pregrado, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, 2019, 180 p.
10. Cairo Alberto. The Functional Art: An introduction to information graphics and visualization (Voices That Matter) // 2012. 384 p.
11. Diccionario de la lengua española (de la Real Academia Española). DRAE. URL: <http://www.rae.es/> (дата обращения: 22.02.2022)
12. González-Pacanowski, Toni Medina, Pablo. Valor comunicacional de la infografía. // El profesional de la información. 2009. V. 18. N. 4. P. 413–420.
13. Michael Friendly. A Brief History of Data Visualization // Psychology Department and Statistical Consulting Service York University. 2006. 43 p.
14. Sanz-Lorente María, Castejón-Bolea Ramón. Infografías en las ciencias de la salud: aplicación al cuidado domiciliario. // Hosp Domic, 2018. P. 67-78.
15. Vilaplana Camús Ángel Jorge. Las infografías como innovación en los artículos científicos: valoración de la comunidad científica. // Enseñanza & Teaching. 37. 1–2019. P. 103-121.

Информация об авторах

М.А. Хрусталева – кандидат филологических наук,
доцент, кафедра лингвистики и перевода,
Пермский государственный национальный исследовательский университет;
А.Т. Шарафутдинова – студент, факультет современных
иностранных языков и литератур,
Пермский государственный национальный исследовательский университет.

Information about the authors

M.A. Khrustaleva – Ph.D. (Philology), Associate Professor,
Linguistics and Translation Department,
Perm State University;
A.T. Sharafutdinova – Student, Faculty of Modern Foreign
Languages and Literatures,
Perm State University.



Евразийский гуманитарный журнал. 2022. № 3. С. 61–68.
Eurasian Humanitarian Journal. 2022. No. 3. P. 61-68.

Научная статья
УДК 81'25;81.161.11

ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКИЕ СООТВЕТСТВИЯ ИЛИ ВЫЯВЛЕНИЕ ПЕРЕВОДЧЕСКИХ ТРУДНОСТЕЙ В КОГНИТИВНОМ АСПЕКТЕ

Мария Алексеевна Хрусталева¹, Анастасия Константиновна Суклемина²

^{1,2} Пермский государственный национальный исследовательский университет, Пермь, Россия

¹ cristalik1982@list.ru

² asuklemina@yandex.ru

Аннотация. Статья посвящена специфике перевода терминов музыкального дискурса с использованием когнитивно-дискурсивного подхода. В работе рассмотрены основные теоретические аспекты когнитивного терминоведения, разграничены понятия «терминосистема» и «терминология». Актуальность изучения музыкальной терминосистемы обусловливается рассмотрением её особенностей и трудностей перевода с точки зрения когнитивной лингвистики, изучающей роль языка в процессах категоризации и концептуализации мира, его познании, а также нацеленной на исследование когнитивных механизмов человеческого мышления. В настоящей работе на основе текста статьи И. Мари «El Estudio del Bel Canto» выявляются основные переводческие трудности, связанные с поиском терминологических соответствий. Также предпринята попытка обосновать эффективность когнитивно-фреймового моделирования терминосистемы для работы со специализированными текстами. Моделирование музыкальной терминосистемы при работе с исходным текстом (ИТ) и переводным текстом (ПТ) рассматривается как важнейший этап предпереводческого анализа, так как когнитивное моделирование способствует установлению терминологических соответствий и разрешению основных переводческих трудностей, а также повышению адекватности перевода. Для более глубокого понимания смысла ИТ и его последующего перенесения в ПТ, был смоделирован фрейм BEL CANTO на испанском языке. Были отмечены не только ключевые вербальные репрезентанты концепта BEL CANTO, терминологические и лексические единицы, но и выделены семантические связи между ними (антонимические и синонимические связи, родовидовые отношения и отношения по типу «часть-целое»). Для создания адекватного ПТ и более удобного поиска терминологических соответствий был смоделирован фрейм на русском языке, который также отражает музыкальную терминосистему БЕЛЬКАНТО и внутренние семантические связи между лексическими единицами.

Ключевые слова: терминосистема, музыкальная терминология, переводческие трудности, когнитивное терминоведение.

Для цитирования: Хрусталева М.А., Суклемина А.К. Терминологические соответствия или выявление переводческих трудностей в когнитивном аспекте // Евразийский гуманитарный журнал. 2022. № 3. С. 61–68.

Original article

TERMINOLOGICAL CORRESPONDENCE OR DETECTION OF TRANSLATION DIFFICULTIES IN THE COGNITIVE ASPECT

Maria A. Khrustaleva¹, Anastasia K. Suklemina²

^{1,2} Perm State University, Perm, Russia

¹ cristalik1982@list.ru

² asuklemina@yandex.ru

Abstract. The article is devoted to the specifics of the translation of musical discourse terms using the cognitive-discursive approach. The article considers the main theoretical aspects of cognitive terminology, distinguishes between the concepts of "terminosystem" and "terminology". The relevance of studying the musical terminological system is due to the consideration of its features and difficulties of translation from the point of view of cognitive linguistics, which studies the role of language in the processes of categorization and conceptualization of the world, its cognition, and also aimed at studying the cognitive mechanisms of human thinking. In this work, based on the text of the article "El Estudio del Bel Canto" by I. Mari, the main translation difficulties associated with the search for terminological correspondences are identified. There are attempts to substantiate the effectiveness of cognitive-frame modeling of the terminological system for working with specialized texts in this article. The modeling of the musical terminological system when working with the source text (ST) and the target text (TT) is considered as the most important stage of the pre-translation analysis, since the cognitive modeling helps to establish terminological correspondences and resolve the main translation difficulties, as well as improve the adequacy of the translation. For a deeper understanding of the meaning of the ST text and its subsequent transfer to the TT, the BEL CANTO frame in Spanish was modeled. Not only the key verbal representatives of the BEL CANTO concept, terminological and lexical units were noted, but also the semantic links between them (antonymic and synonymous links, subsumption relations and whole-part relationships) were highlighted. To create an adequate TT and more convenient search for terminological correspondences, a frame was modeled in Russian, which also reflects the BEL CANTO musical terminology system and internal semantic links between lexical units.

Keywords: terminosystem, musical terminology, translation difficulties, cognitive terminology.

For citation: Khurstaleva M.A., Suklemina A.K. Terminological correspondence of translation difficulties in the cognitive aspect (on the material of the source text and the translation text). Eurasian Humanitarian Journal. 2022;3:61-68. (In Russ.).

Введение

Антропоцентризм в последние десятилетия играет ключевую роль во многих науках. Языкознание не стало исключением: в лингвистических исследованиях также был взят курс на когнитивную парадигму, так как язык и концептуальная картина мира не только тесно связаны с человеческим мышлением, но и не могут существовать обособленно от него. Перевод является ярким примером когнитивной деятельности человека, которая объединяет ряд процессов: восприятие текста, его осмысление, категоризацию, ментальную репрезентацию, кодирование информации при её трансляции на языке перевода и т. п. Безусловно, содержание в исходном тексте большого количества узкоспециализированных терминов представляет значительную переводческую трудность, которая может быть решена при взаимодействии определённых когнитивных структур.

Когнитивное терминоведение оформилось в самостоятельное направление именно благодаря развитию идей когнитивистики и накоплению больших объёмов фактического материала в сфере терминологии. Кроме того, главной проблемой, которую ставит перед собой терминоведение, является проблема корреляции терминосистем и структур профессионального знания, которые стоят за терминосистемами [Голованова 2013: 13–14]. Музыкальная терминосистема представляет особый интерес для изучения, так как её отличают нетрадиционные признаки терминов, такие как составные формы, термины-глаголы, переносное значение, неоднозначность, экспрессивность и т. д. [Петровская 2009: 4].

Музыкальные термины выстраиваются в определённую упорядоченную структуру, которая закрепляется регулярными семантическими связями между ними, что предоставляет возможность рассматривать совокупность музыкальных терминов как полноценную терминосистему [Надольская 2015: 225]. Благодаря когнитивно-дискурсивному подходу становится возможным не только корректно установить терминологические соответствия при переводе, но и зафиксировать семантические связи, которые имеются у вербальных репрезентантов рассматриваемого концепта. Это и позволяет разрешить переводческие трудности при передаче специализированного знания.

Основная часть

Л.М. Алексеева, изучая труды В.М. Лейчика, отмечает, что теоретико-познавательное направление в терминоведении, которое пришло на смену формально-логическому направлению, предполагает возникновение новой теории, отражающей результаты научной деятельности человека в любой области [Алексеева 2018: 82–85]. Терминология в рамках теоретико-познавательного направления рассматривается как целостность одновременно развивающихся и стабильных компонентов, вбирающая в себя объективное и субъективное начала. В термине как объекте исследования проявляются вышеупомянутые свойства: термин понимается как часть динамической модели языка, которая включает устойчивую знаковую систему наряду с её непрерывным переосмыслением. Так, термин может пониматься и как стабильный, стереотипный способ фиксирования знаний о мире, и как вариативный, взаимозаменяемый метод отражения результатов познания. Следует отметить, что именно когнитивный подход к терминологии предоставил возможность рассмотреть термин как динамически развивающуюся структуру [там же].

Е.И. Голованова отмечает смещение цели терминоведения из-за влияния когнитивной науки с изучения специфических характеристик термина как лексической единицы на исследование его «внутренней семиотической природы» [Голованова 2013: 14]. Причина этого смещения кроется в неразрывной связи термина с профессиональным познанием, что немаловажно для целостной интерпретации при переводе [там же]. Л.Г. Федюченко также указывает на динамический характер терминоведения, так как благодаря когнитивному подходу стало возможно объяснить зарождение и развитие того или иного термина, обосновать видоизменения семантики понятий на «протяжении развития» науки и т. д. Кроме того, исследователь подчеркивает расширение объекта исследования от терминологической системы до концептуальной картины мира [Федюченко 2019: 32].

Обратимся к понятиям «терминосистема» и «терминология». Следует начать с того, что термины существуют в рамках определённой системы: они объединены и взаимосвязаны, подчинены конкретной сфере деятельности, области науки. Для обозначения этой организованной структуры терминов ранее использовали понятие «терминология», однако в последнее время наблюдается тенденция всё более частотного употребления понятия «терминосистема». Дифференцировать данные понятия можно по нескольким признакам [Шарафутдинова 2016: 169]. Например, В.М. Лейчик считает научную теорию основанием, по которому можно разграничить терминосистему и терминологию. Так, терминология понимается как совокупность терминов, которая не объединяется научной теорией, поэтому она не отражает все термины этой науки.

Терминосистема, в отличие от терминологии, формируется на основе теории или концепции, отражая семантические связи терминов данной области знаний (Цит.: [Шарафутдинова 2016: 169]). Как отмечает Г.О. Винокур, терминология репрезентирует исторический процесс аккумуляции и осмысления информации в некоторой области знаний. Терминология накапливается путём включения общеупотребительной лексики. Так, терминологию можно определить как общность всех терминов, которые существуют на данный момент во всех областях знаний. Терминосистема – значительно более узкое понятие: как уже отмечалось, в основе терминосистемы должна лежать определённая теория, которая ограничивает количество включённых в систему терминологических единиц. Если в одной области знаний имеются несколько теорий, то им будут соответствовать несколько терминосистем [Сафиюллина 2018: 150].

В.М. Лейчик, анализируя сходства и различия терминосистемы и терминологии, указывает на то, что терминосистема обладает целостностью (в терминосистему входят все необходимые элементы области знаний), устойчивостью (терминосистема отображает устоявшиеся особенности миропонимания на определенном этапе развития), структурированностью, что предполагает многоуровневость и нелинейность, а также связностью. Терминология же репрезентирует специализированную сферу не совсем полно вследствие стихийности. Терминология, как и терминосистема, характеризуется связностью, но не цельностью. В отличие от терминосистемы, в

терминологии отсутствует системность, присутствуют явления полисемии, частичной синонимии, семантической омонимии. При формировании терминологии зачастую происходит заимствование терминов из области неспециальной лексики или из другой терминологии, употребление терминов в метафорическом ключе [Лейчик 2007: 107–109]. Исследователь выделяет некоторые условия для формирования терминосистемы, помимо наличия теории или концепции, в которую полностью входит терминосистема: (1) существование определённой области знаний с чёткими границами; наличие системы общих понятий, которые включены в данную область; (2) функционирование специализированного языка, который сложился в рамках естественного языка, чьи лексические единицы используются для определения и выражения понятий и их характеристик в пределах данной терминосистемы [там же: 119–121].

Р.Ю. Кобрин отмечает, что терминология может перейти в терминосистему через её организацию в упорядоченную систему терминов с закреплёнными связями между ними; единицы терминосистем фиксируются в отраслевых словарях и классификационных моделях [Кобрин 2003: 38–39]. Создание классификационных моделей или моделирование терминосистемы рассматривается многими исследователями как важный этап предпереводческого анализа. Данный процесс активизирует требующиеся компоненты когнитивных моделей, а также способствует созданию и функционированию целостной когнитивной системы [Махова 2017: 14].

Использование когнитивных моделей при переводе также позволяет преодолеть некоторые переводческие трудности, сделать выбор в пользу верного варианта перевода, сократить объём специализированных знаний, которые переводчик должен хранить в долговременной памяти и использовать их для работы с ИТ и ПТ. Так, модель терминосистемы становится главным когнитивным ресурсом для полноценной репрезентации определённой области знаний в переводе [Ferreira, Schwieter 2020: 129].

Представляется, что фреймовое моделирование является наиболее целесообразным методом для разрешения переводческих трудностей, которые связаны с поиском и установлением терминологических соответствий. Фрейм понимается как структурированная единица знаний, в которой представлены некоторые компоненты и отношения между ними; своеобразная когнитивная модель, которая транслирует знания о конкретном предмете. Внутренняя структура фрейма отличается иерархической системой, в которую включены слоты, детализирующие в свою очередь отдельные аспекты фрейма [Ossokina, Smith 2021: 942].

Перейдём к анализу особенностей музыкальной терминологии. Прежде всего, у музыкальных терминов наблюдается достаточно высокая степень систематичности, так как отношения терминологических единиц представляют собой частые, закономерные процессы, а не единичные случаи [Надольская 2015: 225–227]. Явления антонимии характерны для любой терминосистемы, а для музыкально-исполнительской – в особенности, так как антонимы определяют крайние точки музыкальных процессов, идентифицируют начало и конец звуковых преобразований (например, «крещендо» – «декрещендо»). Высокая частотность синонимии в терминосистеме свидетельствует о неразвитости данной системы, её незрелости.

Однако в музыкальной терминологии, которая представляется сложившейся, весьма часто используются синонимы. Из-за вариативности и изменчивости самой природы музыкальной терминосистемы, считается невозможным рассматривать её как незрелую: синонимичные термины позволяют передать множество оттенков музыкальных явлений, при этом они зачастую используются как равнозначные и взаимозаменяемые (например, «небная занавеска» – «мягкое небо») [там же]. Заметим, что терминосистема «бельканто» тесным образом связана с итальянским языком. С XVI в. итальянская музыка распространяется по всему миру, а Италия становится страной музыкального образования. В связи с этим практически во всех языках, где терминосистема «бельканто» более или менее репрезентирована, сохранились транслитерированные итальянские термины. Например, в русском языке для обозначения типов голосов лирических исполнителей используются термины итальянского происхождения: тенор, сопрано, меццо-сопрано, баритон, бас [Тилляева 2020: 161].

При работе с текстом статьи И. Мари «El Estudio del Bel Canto» был составлен фрейм концепта BEL CANTO на испанском языке, включающий слоты *Voz, Partes del aparato vocal, Práctica vocal* и *Salud del aparato vocal* и фрейм концепта БЕЛЬКАНТО на русском языке, включающий слоты *Голос, Вокальная техника, Вокальный аппарат* и *Здоровье вокального аппарата*.

Созданные нами модели способствовали преодолению переводческих трудностей при работе с музыкальным дискурсом, связанных, в основном, с поиском терминологических соответствий. Считаем необходимым учитывать тот факт, что закрепленные в словаре значения зачастую не могут считаться эквивалентами при переводе музыкально-исполнительской терминологии. Например, словосочетание «*velo en la voz*» неверно с семантической точки зрения перевести как «вуаль в голосе», руководствуясь словарным значением лексемы «*velo*» (вуаль, фата, завеса) [Шерстнев, Платонова 2020: 379]; наиболее рациональный путь разрешения данной трудности – прибегнуть к замене: «усталость голоса».

Как видно из таблицы 1, где представлены примеры терминов, которые репрезентируют слот *Voz*, некоторые терминологические единицы русской музыкально-исполнительской терминосистемы были заимствованы из итальянского языка, как и единицы испанской терминосистемы (*registro / регистр, timbre / тембр, tesitura / тесситура, soprano / сопрано*).

Также в испанской терминосистеме присутствуют и термины-синонимы, которые находят соответствие в одном термине в русской терминосистеме (*extención, altura – высота*) и термины, состоящие в антонимических отношениях (*voz timbrada / тембровый голос, voz destimbrada / лишенный тембра голос*). Кроме того, имеются термины, которые используются в прямом значении (*manejo / управление, colocación / размещение*) и в переносном (*amplitud / широта, а не амплитуда*). Учитывать данные особенности при переводе крайне важно, чтобы не допустить в ПТ фактические ошибки.

Другая переводческая трудность при работе с музыкальным дискурсом – соблюдение лексической сочетаемости терминов. Например, при переводе терминологических единиц «*los sonidos mantenidos y filados*» необходимо учитывать, что первые два определения должны лексически дополнять друг друга, так как они соединены союзом «и». Это следует передать при переводе так: «прикрытые и филигранные звуки». Лексемы «*прикрытый*» и «*филигранный*» расположены по принципу возрастания выделения нюансов звука.

Таблица 1. Музыкальные термины слота *Voz* и их перевод на русский язык

ИТ	ПТ
Velo en la voz	Усталость голоса
Registro	Регистр
Soprano	Сопрано
Timbre	Тембр
Tesitura	Тесситура
Extención	Высота
Altura	Высота
Voz timbrada	Тембровый голос
Voz destimbrada	Лишенный тембра голос
Manejo	Управление
Amplitud	Широта
Colocación	Размещение

В таблице 2 представлены и другие термины, обозначающие характеристики звуков – они входят в слот *Práctica vocal: estridente, áspero, picado, harmónico*, причём терминологические единицы *estridente* и *áspero* связаны синонимическими отношениями. Понимание того, что вышеупомянутые термины репрезентируют характеристики звуков, способствует полноценной реализации их семантики в ПТ.

Таблица 2. Музыкальные термины слота *Práctica vocal* и их перевод

ИТ	ПТ
Mantenido	Прикрытый
Filado	Филигранный
Estridente	Пронзительный
Aspero	Резкий
Picado	Выпирающие
Harmónico	Гармоничный

Кроме того, иногда оказывается невозможным принятие верного решения, полагаясь лишь на значения отдельных лексических единиц.

Например, термин «lírico» может относиться как к лексеме «*teatro*», так и к термину «*tenor*». В первом случае – словосочетание «*teatro lírico*» будет переводиться как «*оперный театр*», а «*tenor lírico*» – лирический тенор. В этом заключается другая переводческая сложность – необходимость целостного восприятия термина в контексте. Стоит отметить, что повышению адекватности перевода узкоспециализированного текста способствуют экстралингвистические знания.

Моделирование терминосистемы может способствовать корректному установлению семантических связей при восприятии и воспроизведении не только музыкальной терминосистемы, но и анатомической и медицинской. Например, для верной интерпретации терминов «*subglotis de la laringe*», «*la hemorragia submucosa*», «*la hernia hiatal*», «*el reflujo gastroesofágico*» и т. п. также требуется создать когнитивную модель и использование её при переводе. Данные термины были зафиксированы в слоте *Salud del aparato vocal*, некоторые примеры терминологических соответствий приведены в Таблице 3.

Таблица 3. Медицинские термины слота *Salud del aparato vocal* и их перевод

ИТ	ПТ
Subglotis de la laringe	Подсвязочное пространство гортани
La hemorragia submucosa	Подслизистое кровоизлияние
La hernia hiatal	Грыжа пищеводного отверстия диафрагмы
El reflujo gastroesofágico	Гастроэзофагеальный рефлюкс
La videoendoscopia	Видеоэндоскопия
La videostroboscopia	Видеостробоскопия
La videoquimografía	Видеокимография

Таблица 4. Анатомические термины слота *Partes del aparato vocal* и их перевод

ИТ	ПТ
La laringe	Гортань
Las fosas nasales	Ноздри
El paladar blando	Мягкое небо
Velo del paladar	Небная занавеска
Tórax	Грудная клетка
El sistema óseo	Костная система
Las vías respiratorias	Дыхательные пути
El tracto vocal	Голосовой тракт
Las cuerdas vocales	Голосовые связки
Cavidad nasal	Носовая полость
Cavidad oral	Ротовая полость
Cavidad sinusal	Пазухи

Анатомические термины, которые связаны с описанием строения вокального аппарата также полно репрезентированы в тексте статьи «El Estudio del Bel canto» и зафиксированы в слоте *Partes del aparato vocal* (Таблица 4): *la laringe, las fosas nasales, el paladar blando, velo del paladar, tórax, el tracto vocal* и другие. Внутри слота имеются синонимические отношения (*el paladar blando, velo del paladar* – абсолютные синонимы), отношения по типу «часть-целое» (терминологическая единица «*las cuerdas vocales* входит как часть в термин «*el tracto vocal*»), родовидовые семантические связи (термин *cavidad* соотносится с терминами *nasal, oral, sinusal*).

Заключение

Когнитивное моделирование терминосистемы «бельканто» позволило авторам статьи выявить потенциальные переводческие трудности уже на предпереводческом этапе работы и обозначить пути их решения. Рассмотрение некоторых примеров из составленных слотов фрейма BELCANTO, анализ семантических отношений и связей конкретных терминов дали возможность оценить семантический и категориальный потенциал музыкальных терминов. Кроме того, были выделены основные переводческие трудности:

- 1) многозначность терминологических единиц;
- 2) дифференциация использования лексем в прямом и переносном значении;
- 3) необходимость в целостной оценке терминологической единицы внутри контекста;
- 4) важность учёта синонимии, антонимии и других семантических связей.

Преодолеть обозначенные трудности возможно при помощи контекстуального анализа, рассмотрения текстов музыкальной тематики на исходном языке и языке перевода для выявления тех или иных терминологических единиц, а также соотнесения испано- и русскоязычных когнитивных схем. Применение фреймового моделирования терминосистемы на этапе предпереводческого анализа способствовало составлению наиболее полного представления о концепте BELCANTO и входящих в него терминологических единицах, позволило минимизировать трудности понимания ИТ и осмыслить семантические связи, присутствующие в тексте на испанском языке.

Таким образом, при переводе специализированного текста, в который включены термины из определённой области знаний, считаем целесообразным обратиться к методу когнитивного моделирования при предпереводческом анализе ИТ, а также при редактировании ПТ. Благодаря данному методу анализ терминологических единиц поможет установить терминологические соответствия и преодолеть основные переводческие трудности, исключит использование некорректных вариантов перевода, повысит вероятность более полной трансляции семантического потенциала музыкальной терминологии, будет способствовать созданию адекватного ПТ.

Список литературы

1. Акаева Х.А. Размышления о проблемах разграничения понятий терминология и терминосистема // Научные исследования: векторы развития: сборник материалов V Международной научно-практической конференции, Чебоксары, 2019. С. 50–53.
2. Алексеева Л.М. Путь к дискурсивному терминоведению (к 90-летию В.М. Лейчика) // Вестник Московского университета. Серия 22: Теория перевода. 2018. № 4. С. 78–92.
3. Голованова Е.И. Когнитивное терминоведение: проблематика, инструментарий, направления и перспективы развития // Вестник Челябинского университета. 2013. Вып. 82. С. 13–18.
4. Кобрин Р.Ю. О понятиях «терминология» и «терминологическая система» // Татаринцев В.А. История отечественного терминоведения: в 3-х т. М.: Московский Лицей, 2003. Т. 3. Аспекты и отрасли терминологических исследований (1973–1993). С. 35–40.
5. Лейчик В.М. Терминоведение: предмет, методы, структура. 3-е изд. М.: ЛКИ, 2007. 256 с.
6. Махова В.В. Современные подходы к моделированию смыслового предпереводческого анализа научного текста // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Лингвистика и педагогика. 2017. Т. 7. № 3(24). С. 12–20.

7. Надольская О.Н. О русской музыкально-исполнительской терминосистеме // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2015. № 6-2. С. 218–221.
8. Петровская О.С. Формирование и развитие музыкальной терминологии исполнительского искусства: на материале русского, итальянского, английского, французского языков. Автореф. ... к. филол. н. Майкоп. 2009. 21 с.
9. Сафиюллина Л.С. Теоретические основы понятия терминосистема // Академическая публицистика. 2018. № 11. С. 149–153.
10. Тилляева М.Н. Роль итальянского языка в музыкальной терминологии // Актуальные научные исследования в современном мире. 2020. № 11-12(67). С. 160–163.
11. Федюченко Л.Г. Определение понятия "термин" в рамках когнитивного терминоведения // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Лингвистика. 2019. № 3. С. 29–36.
12. Шарафутдинова Н.С. О понятиях «терминология», «терминосистема» и «терминополь» // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2016. № 6-3(60). С. 168–171.
13. Шерстнев А.Н., Платонова Е.Е. Современный испано-русский, русско-испанский словарь. М.: АСТ, 2020. 863 с.
14. Ferreira A., Schwieter J.W. The Handbook of Translation and Cognition. Great Britain: Wiley, 2020. 600 p.
15. Marí I. El Estudio del Bel Canto. URL: <http://grupomusicalorfeon.pe.tripod.com/grupomusicalorfen/id9.html> (дата обращения: 19.06.2018).
16. Ossokina D.O., Smith O. On the experience of English e-learning terminology frame modeling // Humanity Space. 2021. Vol. 10. No 7. P. 939–949.

Информация об авторах

М.А. Хрусталева – кандидат филологических наук,
доцент, кафедра лингвистики и перевода,

Пермский государственный национальный исследовательский университет;

А.К. Суклемина – студент, факультет современных иностранных языков и литератур,
Пермский государственный национальный исследовательский университет.

Information about the authors

M.A. Khrustaleva – Ph.D. (Philology), Associate Professor,
Linguistic and Translation Department,
Perm State University;

A.K. Suklemina – Student, Faculty of Modern Foreign
Languages and Literatures,
Perm State University.



Евразийский гуманитарный журнал. 2022. № 3. С. 69–76.
Eurasian Humanitarian Journal. 2022. No. 3. P. 69-76.

Научная статья
УДК 811

ПОСТРЕДАКТИРОВАНИЕ МАШИННОГО ПЕРЕВОДА ТЕХНИЧЕСКОГО ТЕКСТА

Анна Олеговна Ушакова

Пермский государственный национальный исследовательский университет, Пермь, Россия,
a.o.ushakova@gmail.com

Аннотация. В статье рассматриваются особенности постредактирования машинного перевода как новой и специфической деятельности переводчика, которая является реакцией профессионального переводческого сообщества на глобальные изменения в мире. И если машинный перевод, представляющий собой перевод текста с одного естественного языка на другой, выполненный компьютерной программой, уже не вызывает серьёзных разночтений в необходимости использования для оптимизации процесса перевода, то постредактирование только в начале пути по поиску своего места в цепочке действий по обработке исходного текста и текста перевода. В связи с этим, чтобы показать, насколько логично встроить этот процесс в работу переводчиков-постредакторов, в настоящей статье мы описываем процесс постредактирования машинного перевода через сопоставление с классическим редактированием, выполненным переводчиком-редактором. Сравнивая эти процессы, мы выделили семь параметров, которые характеризуют постредактирование машинного перевода: получение максимального результата с минимальными усилиями за минимальное время, следование техническому заданию, работа с двумя исходными текстами, возможная предварительная обработка исходного текста, центральное место в работе постредактора, завершённость процесса. На основе данных параметров мы обозначили те навыки, которыми важно овладеть постредактору, а именно: понимание специфики постредактирования и того, в каких сферах уместно его применять, выполнение различных видов постредактирования, обработка текста транслята в соответствии с техническим заданием, определение критических и допустимых ошибок. Для подтверждения необходимости овладения данными навыками, мы провели эксперимент со студентами-лингвистами, выполнившими машинный перевод и постредактирование технического текста жанра инструкции.

Ключевые слова: постредактирование, редактирование, машинный перевод, технический текст, инструкция.

Для цитирования: Ушакова А.О. Постредактирование машинного перевода технического текста // Евразийский гуманитарный журнал. 2022. № 3. С. 69–76.

Original article

TECHNICAL TEXT MACHINE TRANSLATION POST-EDITING

Anna O. Ushakova

Perm State University, Perm, Russia, a.o.ushakova@gmail.com

Abstract. The article discusses the features of machine translation post-editing as a new and specific translator's activity being a response to the professional translation community to global changes in the world. While machine translation which is the translation of text from one natural language into another by a computer program no longer raises serious doubts about the need to use it to optimize the translation process, post-editing is only at the beginning of its way to find its place in the chain of actions for processing the source text and the translation text. Therefore, to show how logical it

is to embed post-editing into the translators' work, this article describes the post-editing process for machine translation by comparing it to classic editing done by a human translator. Comparing these processes, we have identified seven parameters that characterize post-editing of machine translation: achieving a maximum result with a minimum of effort in a minimum amount of time, adherence to the terms of reference, working with two source texts, possible source text preprocessing, a central place in the post-editor's work and completeness of the process. . Based on these parameters, we have identified the skills that are important for post-editors to master, namely: understanding the specifics of post-editing and the areas to apply it, performing various types of post-editing, processing translation text in accordance with the terms of reference, determining critical and allowable errors. To confirm the necessity of mastering these skills, we conducted an experiment with students-future translators or post-editors who performed machine translation and post-editing of technical text.

Keywords: machine translation post-editing, editing, machine translation, technical text, user guide.

For citation: Ushakova A.O. Technical text machine translation post-editing. Eurasian Humanitarian Journal. 2022;3:69-76. (In Russ.).

Введение

В статье поднимается проблема переводческого постредактирования, актуальность которого объясняется, с одной стороны, возросшим интересом со стороны заказчиков перевода, которые стремятся повысить качество и объемы перевода с минимальными затратами, а с другой стороны исполнителями перевода в лице переводческих компаний и переводчиков, осваивающих новую специализацию – постредактирование машинного перевода. Востребованность специалистов нового профиля подтверждается количеством вакансий, опубликованных крупными российскими переводческими бюро и созданием обучающих программ переквалификации профессиональных переводчиков. Студенты, как будущие практикующие переводчики, положительно реагируют на обучение новым переводческим технологиям. На данный момент нет четких рекомендаций по тому, как выполнять постредактирование машинного перевода, равно как и нет однозначного списка навыков, которыми должен обладать профессиональный постредактор.

В предлагаемой статье описывается специфика процесса постредактирования машинного перевода в оппозиции к редактированию традиционного “человеческого” перевода, опираясь на результаты исследований отечественных и зарубежных авторов, а также представлены результаты эксперимента, проведенного со студентами-лингвистами, выполнившими постредактирование машинного перевода технического текста.

Основная часть

Ключевым понятием данной публикации выбрано постредактирование машинного перевода (чаще всего оно обозначается на английском языке как РЕМТ, post-edited machine translation или МТРЕ, machine translation post-editing). В свое время машинный перевод (далее – МП) стал ответом на глобальные изменения в мире, упростив задачу по переводу больших объемов текстовых данных и получил широкое распространение не только в повседневной жизни пользователей, но и в профессиональном сообществе. Как отмечает Л.В. Кушнина, «при этом, полученный в результате текст, как правило, не удовлетворяет ни заказчиков, ни профессиональных переводчиков, ни теоретиков перевода, которые в течение более чем полувека искали оптимальные пути достижения качественного перевода. Вместе с тем, переводческое сообщество не может не признавать сложившиеся реалии» [Кушнина, Кавардакова 2014: 96].

В связи с этим возникла новая востребованная компетенция в переводческой области и, как следствие, новое востребованное направление подготовки лингвистов в вузах. По наблюдению Н.В. Нечаевой и С.Ю. Световой, «сегодня, как правило, постредакторами машинного перевода становятся специалисты-переводчики, которые при этом испытывают значительные трудности, обусловленные недостатком опыта и специальных знаний для эффективного осуществления данного вида деятельности» [Нечаева, Светова 2018: 65]. На

конференции для профессиональных переводчиков «Лингваконтакт», автор также называет постредакторов переводчиками с языка МП. МП представляет собой перевод текста с одного естественного языка на другой, выполняемый с помощью компьютерной программы [там же]. Поэтому для текстов, требующих высокого качества перевода (которое не способен обеспечить МП), после применения МП производится так называемое постредактирование МП – процесс, который подразумевает работу постредактора, исправляющего ошибки МП и доводящего его до ожидаемого уровня [там же].

Мы предлагаем рассмотреть постредактирование в сопоставлении с традиционным «человеческим» редактированием, чтобы описать базовые характеристики постредактирования. На основе этих особенностей, мы выделим навыки, которые необходимо нарабатывать постредактору. Так, опираясь на работы отечественных и зарубежных исследователей [Ванчинова 2016; Ивлева 2019; Koronen 2016; Чакырова 2013? 2013а; Кушнина 2013, 2014; Котюрова 2007; Нечаева, Светова 2018; O'Brien эл. ресурс] мы выделили семь параметров, характеризующих постредактирование. Опишем их ниже.

1. Максимальный результат с минимальными усилиями.

Ассоциация TAUS (Translation Automation User Society) – ассоциация игроков рынка переводческих услуг и средств автоматизации перевода даёт следующее определение постредактирования: «постредактирование машинного перевода – это процесс улучшения результата машинного перевода с помощью минимальных усилий» [TAUS: 27.05.2022]. С.Ю. Светова, практикующий переводчик и популяризатор использования машинного перевода, отмечает, что постредактирование текста с применением минимальных усилий может быть названо основным навыком постредактора [Светова 2018]. Применительно к редактированию перевода, подготовленного переводчиком, параметр минимальных усилий исполнителя не используется, так как внимание направлено на результат редакторских условий, а именно на выверенный в соответствии с нормами языка, требованиями заказчика и выбранными оптимальными переводческими решениями текст.

2. Максимальный результат за минимальное время.

Ассоциация TAUS также выделяет цель постредактирования и задачу постредактора [TAUS: 26.05.2022]. Цель – сделать текст понятным реципиенту. Задача – улучшить результат МП с минимальным количеством усилий за минимальное количество времени. Выделим этот параметр как вторую важную отличительную характеристику постредактирования как особого вида деятельности. Процесс редактирования, в свою очередь, не регламентирован жестко на уровне затраченного редактором времени и зависит от условий конкретного проекта. Нередки случаи, когда редактирование и приведение текста к требуемой форме и содержанию занимает больше времени, чем процесс перевода.

3. Соответствие техническому заданию.

В связи с тем, что постредактирование является звеном цепочки технологических процессов обработки текста, заказчик составляет техническое задание, или, иными словами, формулирует требование к тому, какой результат он ожидает получить. Как отмечает Ю. Чакырова, «при МП и постредактировании степень качества зависит от заказа и конечной цели», тогда как «при классическом переводе профессиональный переводчик не может выбрать создание плохого перевода» [Чакырова 2013: 142].

Исследователь выделяет два типа постредактирования:

1. Лёгкое / быстрое постредактирование. Его цель – точное и законченное сообщение, текст редактируется только для того, чтобы он был понят реципиентом, поэтому допускается наличие стилистических ошибок и странно звучащих предложений. Не выполняется исправление терминологии, используется та, которая предложена компьютерной программой. Качество полученного текста такого, что его можно понять без обращения к оригиналу.

2. Полное / конвенциональное постредактирование. Его цель – точное и законченное сообщение, не отличающееся от созданного человеком, поэтому используются естественно

звучащие предложения, выполняется корректировка терминологии. Качество текста после постредактирования определяется как подходящее для публикации и соответствующее качеству традиционного перевода [Чакырова 2013].

Применительно к традиционному процессу редактирования, техническое задание постредактора можно сопоставить с руководством по стилю. Вместе с тем, цель руководства по стилю – помочь редактору подготовить оптимальный по качеству текст, а, как мы увидели выше, техническое задание для постредактора допускает создание текста не высокого качества.

4. Разный исходный текст.

Постредактирование отличается от редактирования и тем, что заменяет собой традиционный этап перевода с нуля. «Постредактирование МП предполагает исправление текста как результата работы компьютерной программы, а процесс редактирования предполагает исправление текста, переведенного переводчиком, а не машиной» [Нечаева, Светова 2018: 69]. Важно отметить, что постредактор работает не с одним, а с двумя исходными текстами: первый – оригинальный текст, второй – транслат МП, полученный в результате компиляции всех подходящих материалов в базе данных или памяти переводов [Чакырова 2013]. Подобный текст можно определить как вторичный текст [Костыря 2021].

5. Предварительная возможная обработка исходного текста.

Важность качества исходного текста возрастает при постредактировании, так как напрямую влияет на скорость обработки транслата постредактором, тогда как при традиционном редактировании качеству исходного текста уделяется меньшее внимание. Чем лучше исходный текст, тем качественнее транслат МП. Чем лучше транслат, тем лучше получится конечный текст. В связи с этим в исходном тексте часто используют контролируемый язык: заранее обрабатывают текст таким образом, чтобы устранить потенциальные причины ошибок и неточностей. По словам Ю.Чакыровой, «истраченное на это время оправдывается значительным повышением качества конечного текста» [Чакырова 2013: 142].

6. Постредактирование – центральное место в деятельности постредактора.

По наблюдению Ю.Чакыровой, «в случаях, при которых требуется безупречный конечный продукт, постредактирование превращается в основной фокус, в центр профессионального переводческого процесса. Сразу надо подчеркнуть, что именно эта центральная позиция отличает постредактирование от любой другой редакции / коррекции / правки перевода, сделанного человеком, которые являются лишь заключительным (а не центральным) этапом процесса» [Чакырова 2013а: 138].

7. Осознанный и завершённый процесс.

Последний выделенный нами параметр постредактирования как специфической переводческой деятельности логично вытекает из предыдущих и подчеркивает его осознанный и завершённый характер. Осознанность проявляется в выполнении конкретных действий согласно техническому заданию для создания качественного продукта за минимальное время с минимальными усилиями, а завершённость – в фокусе постредактора только на процессе постредактирования и создании завершённого текста перевода, не требующего последующей обработки.

Редактирование можно обозначить как процесс творческий: «Редактирование рассматривается не как итог законченного закрытого процесса, а как продолжающийся открытый процесс, вовлеченный в творческую, а значит, осмысленную текстопорождающую деятельность» [Котурова 2007: 124]. В практической деятельности процесс редактирования протекает преимущественно неосознанно: «...неосознаваемость предопределяется тем, что механизм идентификации данного конкретного текста с нормами литературного языка и его использования в речи (тексте) действует, прежде всего, в автоматическом режиме» [там же: 134].

На основании выделенных параметров процесса постредактирования мы приходим к выводу, что «в процессе постредактирования требуются совершенно другие умения, причем владение языком далеко не является ведущим» [Чакырова 2013: 142]. Например, системное и критическое мышление, самоорганизация и саморазвитие, направленные на умение управлять своим временем важны в деятельности постредактора [Иванова 2019].

Так, среди необходимых постредактору навыков, мы можем обозначить следующие:

- понимание специфики постредактирования и разницы между ним и переводом / редактированием;
- понимание в каких сферах уместно применять МП;
- оценка степени своего вмешательства, а также будет ли оправдано выполнение МП и постредактирования или уместнее выполнить традиционный перевод с последующим редактированием;
- выполнение различных видов постредактирования (легкого и полного) для разных задач;
- обработка текста транслята в соответствии с техническим заданием (приведение текста после МП к единому стилю, выявление типовых ошибок);
- определение, какие ошибки будут критическими и требующими исправления, а какие можно оставить для ускорения обработки транслята.

Для подтверждения того, насколько необходимо постредактору владеть вышеперечисленными навыками для успешного выполнения задания, мы провели переводческий эксперимент, в котором участвовали студенты-переводчики пятого курса Пермского государственного национального исследовательского университета. В рамках эксперимента были поставлены задачи познакомить студентов с новым видом работы и выявить, как они смогут обработать самостоятельно полученный текст транслята в соответствии с техническим заданием, а также какие виды ошибок исправят (соответствие навыкам 4 и 5, описанным выше).

Материалом эксперимента выступил фрагмент инструкции на французском языке к цифровому фотоаппарату KODAK. Здесь важно обозначить уместность использования МП и постредактирования при работе с техническим текстом, так как чаще всего именно этот тип текста составляется с учетом последующего перевода. Отметим также, что компания KODAK входит в число тех, кто использует контролируемые языки для написания текстов инструкций, что значительно упрощает процесс создания транслята.

Ход эксперимента: участники эксперимента прослушали ознакомительную лекцию о видах машинного перевода, постредактировании, ошибках, допускаемых системами машинного перевода, контролируемых языках. Далее группа создала текст транслята с использованием различных систем МП на выбор (Google, Deepl, Yandex) и выполнила постредактирование фрагмента текста на основе прослушанной лекции и выданного чеклиста для самопроверки (вариант технического задания). На выполнение задания было дано 1,5 часа.

Для данного эксперимента мы составили постредактору чеклист для исправления: пропущенные понятия и предложения; добавленные понятия и предложения; непереуведенные понятия и переводить их; неверную терминологию; неверный перевод; неверный порядок слов; неверный формат; исправление пунктуацию; проверка стилового соответствия текста.

В результате проведенного эксперимента, среди ошибок, чаще всего выявляемых студентами-лингвистами при постредактировании МП, обозначим следующие: неверная терминология, неверный перевод, стилистические ошибки. Приведем примеры.

1. Неверная терминология.

Un grand écran LCD facile à lire affiche toutes les informations nécessaires pour suivre et contrôler tous les paramètres de flash.

Машинный перевод: На большом, легко читаемом ЖК-экране отображается вся информация, необходимая для контроля и управления всеми настройками вспышки.

Отредактированный студентом: На большом и удобном для чтения ЖК-дисплее отображается вся информация, необходимая для контроля и управления всеми настройками вспышки.

N'utilisez pas les piles dans un environnement très chaud et ne les exposez pas à une chaleur excessive (soleil, incendie, etc.).

Машинный перевод: Не используйте батареи в очень горячей среде и не подвергайте их сильному воздействию. Чрезмерное тепло (солнце, огонь и т. д.). Не используйте батареи в очень жарких условиях и не подвергайте их чрезмерному нагреванию (солнечный свет, огонь и т. д.).

Отредактированный студентом: Не используйте батарейки в очень жарких условиях и не подвергайте их чрезмерному нагреванию (солнечный свет, огонь, и т. д.)

2. Неверный перевод.

N'essayez pas de charger des piles jetables (comme des piles au carbone-zinc ou alcalines).

Машинный перевод: Не пытайтесь заряжать одноразовые батареи (например, угольно-цинковые батареи или щелочной).

Отредактированный студентом: Не пытайтесь заряжать одноразовые батарейки (например, угольно-цинковые или щелочные батарейки).

Cela peut entraîner un surcroît d'humidité dans le dispositif, ce qui peut l'endommager ou causer une défaillance.

Машинный перевод: Это может вызвать чрезмерное увлажнение устройства, которое может повредить его или вызвать отказ. / Это может привести к тому, что

Это может привести к избыточной влажности в устройстве, что может привести к его повреждению или вызвать неудача.

Отредактированный студентом: Это может привести к избыточной влажности в устройстве, что может повредить его или стать причиной выхода из строя.

3. Стилистические ошибки.

Pour des effets de lumière plus agréables et plus créatifs, comme l'atténuation d'ombres trop abruptes sur un sujet, vous pouvez ajuster la position verticale de la tête du flash jusqu'à 90 degrés, avec des butées à 45, 60 et 75 degrés.

Машинный перевод: Для получения более приятных и творческих световых эффектов, таких как смягчение резких теней на объекте, вы можете отрегулировать вертикальное положение головки вспышки до 90 градусов с упорами на 45, 60 и 75 градусов.

Отредактированный студентом: Для получения идеальной экспозиции и световых эффектов, таких как смягчение резких теней на объекте, вы можете отрегулировать вертикальное положение головки вспышки до 90 градусов с упорами на 45, 60 и 75 градусов.

L'écran peut être éclairé pour faciliter la lecture lorsqu'il fait sombre.

Машинный перевод: Дисплей может быть подсвечен для удобства чтения в темных условиях.

Отредактированный студентом: Дисплей может быть подсвечен для удобства чтения при недостаточном освещении.

Проведенный эксперимент показал, что:

1. Студенты-лингвисты проявили высокий уровень лояльности к МП и его последующему постредактированию, и оценили их как полезный инструмент, упрощающий работу с техническим текстом, который представляет для них определенную трудность на уровне понимания смысла.

2. Обработав текст при помощи МП, на этапе постредактирования студенты больше времени уделили работе с терминологией, её проверке, в результате чего выявили терминологические ошибки МП и исправили их.

3. В связи с тем, что постредактирование стало основной задачей студентов-лингвистов, они сфокусировались на стилистической обработке текста, определили стилистические ошибки и исправили их.

4. Студенты отметили, что наличие технического задания в виде чеклиста ускорило их работу.

5. Постредактирование было выполнено в соответствии с обозначенным сроком, некоторые студенты выполнили задачу даже раньше, что соответствует одному из основных требований к постредактированию.

Заключение

Рассмотренный в рамках данной статьи процесс постредактирования как специфической переводческой деятельности представляет интерес для последующего научного, практического и академического изучения. Проведенное сопоставление классического редактирования и постредактирования позволило выявить семь параметров, определяющих особенности постредактирования.

Выполненный в рамках исследования эксперимент со студентами-лингвистами показал, что студенты-переводчики испытывают интерес к системам МП и используют их, то есть имеют положительный настрой, который имеет ключевое значение, когда речь идет о работе с МП, с другой стороны, студенты заинтересованы в получении дополнительной квалификации, которая все более востребована на современном рынке.

Список литературы

1. Ванчинова Е.А. Компьютерные технологии в переводе технических текстов // Филология и лингвистика в современном обществе: материалы IV Междунар. науч. конф. (Москва, июнь 2016 г.). М.: Буки-Веди, 2016. С. 65–68.
2. Дорожкина В.А., Ивлева М.А. Постредактирование машинного перевода в обучении студентов лингвистических специальностей // Вопросы методики преподавания в вузе. 2020. Т. 9. № 33. С. 38–45.
3. Иванова Г.Н. Развитие навыков и компетенций будущих специалистов в процессе изучения иностранного языка в ВУЗе // Евразийский гуманитарный журнал. 2019. № 4(2). С. 61–69.
4. Ивлева М.А., Хасанова В.А. Анализ требований к постредакторам машинного перевода // Наука. Технологии. Инновации: Наука. Технологии. Инновации: сб. науч. тр.: Новосибирск, 2–6 дек. 2019 г. Ч. 8. Новосибирск: Изд-во «Новосибирский государственный технический университет», 2019. С. 695–698.
5. Костыря А.В. Категория вторичности в рамках лингвистики текста, теории семиозиса и когнитивных исследований // Гуманитарные исследования. История и филология. 2021. № 1. С. 68–77.
6. Котюрова М.П., Баженова Е.А. Культура научной речи: текст и его редактирование. Пермь: Изд-во «Пермский университет», 2007. 282 с.
7. Кушнина Л.В. Функционирование технического текста в переводческом пространстве // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2013. № 11-2 (29). С. 119–121.
8. Кушнина Л.В., Кавардакова Е.Л. Переводческое редактирование/постредактирование в новой исследовательской парадигме // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2014. № 6 (36): в 2-х ч. Ч. I. С. 96–99.
9. Нечаева Н.В., Светова С.Ю. Постредактирование машинного перевода как актуальное направление подготовки переводчиков в вузах // Вопросы методики преподавания в вузе. 2018. Т. 7. № 25. С. 64–72.
10. Профессиональный стандарт. Специалист в области перевода и локализации. Красноярск: Институт филологии и языковой коммуникации СФУ, 2018. 27 с.
11. Чакырова Ю.И. Постредактирование: благодать или проклятие // Индустрия перевода: межд. научная конф. Пермь: Изд-во «Пермский национальный исследовательский политехнический университет», 2013. С. 134–142.
12. Чакырова Ю.И. Постредактирование в транслатологической парадигме // Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Проблемы

языкознания и педагогики. Выпуск 8 Пермь: Изд-во «Пермский национальный исследовательский политехнический университет», 2013а. С. 137–144.

13. KODAK Pro. User's guide. P20 Zoom Flash. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.manualslib.com/manual/89112/Kodak-P20.html#manual> (дата обращения: 27.05.2022).

14. Koponen Maarit. Is machine translation post-editing worth the effort? A survey of research into post-editing and effort. University of Helsinki. The Journal of Specialised Translation. Issue 25. January 2016. [Электронный ресурс]. URL: http://www.jostrans.org/issue25/art_koponen.pdf (дата обращения: 27.05.2022).

15. Machine Translation Post-editing Guidelines. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.taus.net/academy/best-practices/postedit-best-practices/machine-translation-post-editing-guidelines> (дата обращения: 27.05.2022).

16. O'Brien S. Introduction to Post-Editing: Who, What, How and Where To Next? [Электронный ресурс]. URL: <https://aclanthology.org/2010.amta-tutorials.1> (дата обращения: 27.05.2022).

17. The Translation Industry in 2022: A Report from the TAUS Industry Summit [Электронный ресурс]. URL: <https://www.taus.net/insights/reports/the-translation-industry-in-2022> (дата обращения: 27.05.2022).

Информация об авторе

А.О. Ушакова – кандидат филологических наук,
доцент, кафедра лингвистики и перевода,
Пермский государственный национальный исследовательский университет.

Information about the author

A.O. Ushakova – Ph.D. (Philology), Associate Professor,
Linguistic and Translation Department,
Perm State University.



© Пресс-служба Пермского государственного национального исследовательского университета

Евразийский гуманитарный журнал. 2022. № 3. С. 77–85.
Eurasian Humanitarian Journal. 2022. No. 3. P. 77-85.

Научная статья
УДК 821.161.1:94(510)

ТВОРЧЕСТВО В. ПЕРЕЛЕШИНА В РОССИЙСКОМ И «ЗАПАДНОМ» ЛИТЕРАТУРОВЕДЕНИИ

Чжан Юаньюань

Пермский государственный национальный исследовательский университет, Пермь, Россия
zyujudith@qq.com

Аннотация. В статье излагается история исследования в российском и «западном» литературоведении творчества поэта русского дальневосточного зарубежья Валерия Перелешина (1913–1992 гг.). Автором данной статьи были выделены три этапа изучения творчества Валерия Перелешина: первый – 1930-е гг.; второй – с 1970-х по 1980-е гг.; третий – с конца 1990-х гг. по настоящее время. Кроме того, в статье определены основные вопросы, которые рассматривались литературоведением и литературной критикой разных периодов. К ним автором статьи отнесены следующие: место творчества поэта в контексте литературы русской эмиграции; поэтика произведений В. Перелешина; место и значение китайской культуры и «китайских мотивов» в его творчестве, особенности переводческой деятельности поэта и другие. Также автор статьи выявляет основные задачи, стоящие перед современным литературоведением: необходимость исследования традиций русской литературы в творчестве писателей-эмигрантов и особенностей выражения «диаспорального самосознания» в мировоззрении Перелешина. Одной из проблем, которая требует дополнительных исследовательских усилий является изучение влияния не только китайской, но и южноамериканской культуры на творчество поэта. Также отмечается, что в литературоведческих исследованиях проведён и сравнительно-сопоставительный анализ поэтики Перелешина и других поэтов русского западного зарубежья. Автор статьи представляет и краткий обзор академических исследований (диссертаций), посвященных жизни и творчеству В. Перелешина. В статье также уделено внимание литературоведческим и литературно-критическим исследованиям творчества Валерия Перелешина не только разных временных периодов, но и разных континентов: Азии, Европы, Северной и Южной Америки.

Ключевые слова: В. Перелешин, русское зарубежье, Китай, литературоведение, литературная критика.

Для цитирования: Чжан Юаньюань. Творчество В. Перелешина в российском и «западном» литературоведении // Евразийский гуманитарный журнал. 2022. № 3. С. 77–85.

Original article

V. PERELESHIN'S WORK IN RUSSIAN AND "WESTERN" LITERARY CRITICISM

Zhan Yuanyuan

Perm State University, Perm

Abstract. The article describes the history of research in Russian and "Western" literary studies on the work by the Russian Far Eastern abroad poet Valery Pereleshin (1913-1992). The author divides three stages of studying the work by Valery Pereleshin: the first – 1930s; the second – from the 1970s to the 1980s; the

third – from the late 1990s to the present. In addition, the article identifies the main issues that have been studied by literary studies and criticism of different periods. The author refers to the following: the place of the poet's writing in the context of Russian emigration literature; the poetics of V. Pereleshin's works; the place and significance of Chinese culture and "Chinese motifs" in his work, the peculiarities of the poet's translation activity and others. The author also reveals the main tasks facing modern literary criticism: the need to study the traditions of Russian literature in the work by emigrant writers and the peculiarities of "diasporal self-consciousness" in Pereleshin's worldview. One of the problems that requires additional research efforts is the study of not only Chinese, but also South American culture's influence on the poet's work. It is also noted that in literary studies, a comparative analysis of Pereleshin's poetics and other Russian Western abroad poets' has been carried out. The author of the article also presents a brief overview of academic research (dissertations) devoted to V. Pereleshin's life and work. The article also pays attention to literary and critical studies on Valery Pereleshin's work not only from different time periods, but also from different continents: Asia, Europe, North and South America.

Keywords: V. Pereleshin, Russian Abroad, China, literary studies.

For citation: Zhanp Yuanyuan. V. Pereleshin's work in russian and "western" literary criticism. Eurasian Humanitarian Journal. 2022;3:77-85. (In Russ.).

Введение

Творчество писателей восточной ветви литературы русского зарубежья стало вызывать интерес критики уже в 1930-е гг. В 1934 г. Г. Адамович в статье, опубликованной в парижской газете «Последние новости», дал положительную оценку деятельности харбинского литературного объединения «Чураевка»: «<...> Чураевцы служат России и её культуре дельно, искренно, спокойно и умно: это одно из немногих зарубежных изданий, дающих право сказать, что “русская литература продолжается”».

Через два года, в 1936 г., в антологии поэзии русской эмиграции «Якорь», вышедшей в Берлине под редакцией Г. Адамовича и М. Кантора, были напечатаны произведения нескольких поэтов-дальневосточников – А. Ачаира, А. Несмелова и Н. Щеголева, – в том числе стихотворение «Под шляпы – от света...», созданные 22-летним В. Перелешиним. Спустя год рецензию на первый сборник стихотворений В. Перелешина «В пути» опубликовал тот же Г. Адамович [Адамович 1938]. Изучение творчества одного из самых интересных поэтов русского зарубежья В. Перелешина – стало важной частью современного российского литературоведения.

Основная часть

В последующие десятилетия творчество В. Перелешина (как и многих других представителей русского «восточного» зарубежья) практически не привлекало внимания «западных» критиков, которые были заняты решением иных проблем. Интерес к его творчеству стал возрастать в 1960–1970-е гг., после выхода пятого сборника поэта «Южный дом». Этот сборник стал объектом внимания таких известных критиков, как С. Карлинский, А. Раннит, Ю. Иваск и некоторых других. В 1970-е гг. началась переписка между Перелешиним и его «Ариэлем» – московским поэтом, переводчиком и критиком Е. Витковским, который, по словам самого критика, оказался для поэта шекспировским «духом воздуха» [Витковский 1993: 448] и стал вдохновителем («музой») поэта-эмигранта: их общение способствовало новому расцвету творчества Перелешина и обогатило его художественный кругозор.

После смерти поэта Е. Витковский много сделал для того, чтобы творчество В. Перелешина стало органичной частью русской культуры: он опубликовал несколько работ («На память о русском Китае», «Апостериори. Записки Ариэля»), в которых восстановил творческий облик поэта [Витковский 2013]; он также внёс значительный вклад в архивные разыскания и литературоведческие исследования других писателей восточного зарубежья (в частности, А. Несмелова).

Литература дальневосточного зарубежья – уникальный феномен культуры, творчество её представителей вызвало интерес в литературных кругах в конце 1980-х гг. На протяжении

этого периода исследование творчества Перелешина в России и на Западе осуществлялось главным образом в двух направлениях: 1) собирание и издание литературных произведений и архивов поэта; 2) изучение поэтики его произведений (анализ тематики и проблематики, описание особенностей стиля поэта). Ведущим западным специалистом в рамках первого направления исследования творчества Перелешина стал библиотекарь Лейденского университета Ян Паул Хинрихс, издавший в 1987 г. в Амстердаме книгу мемуаров «Два полустанка: воспоминания и свидетельства участника литературной жизни Харбина и Шанхая», посвящённую жизни русского Китая и вызвавшую неоднозначные оценки. Так, знаток эмигрантской поэзии З. Штейн, проживавший в США, критически охарактеризовал субъективизм писателя: «Отрицательные эмоции Перелешина привели к искажению действительных фактов и неверным литературным оценкам, к умолчаниям и умышленным подтасовкам» [Штейн 1991: 622].

В 1989 г. Ян Паул Хинрихс опубликовал фрагменты книги «Два полустанка» в России [Перелешин 1989: 110–124]; в этом же году под его редакцией был напечатан сборник «Русский поэт в гостях у Китая: 1920–1952» [Перелешин 1989], включивший в себя большую часть стихотворений китайского периода, многие из которых были предварительно подвернуты авторской правке. Также исследователь перевёл на голландский язык и опубликовал сборники избранных стихотворений поэта – «Gedichten» («Стихи») [Perelešin 1983] и «Vanuit de verte» («Издали») [Perelešin 1986].

Стоит отметить, что другое автобиографическое произведение Перелешина – «Поэма без предмета» – написанное «онегинской строфой», публиковалось канадским журналом «Современник» в 1977–1980-х гг., а в 1989 г. вышло отдельным изданием в Холиоке (США).

В 1997 г. Ян Паул Хинрихс опубликовал и первое в мире библиографическое издание, посвящённое Перелешину, – книгу «Valerij Perelešin (1913–1992): catalogue of his papers and books in Leiden University Library» [Hinrichs 1997], в которую вошли материалы, переданные Хинрихсу поэтом, а также документы из архивов, найденные составителем.

В июле 2013 г. исполнилось 100 лет со дня рождения В. Перелешина, а в 2014 г. на основании материалов, выявленных при подготовке двух юбилейных выставок о творчестве В.Ф. Перелешина, которые проводились в Доме русского зарубежья имени А. Солженицына, – «Лучший русский поэт Южного полушария» (2008) и «Заблудившийся аргонавт» (2013), – была сформирована книга «Валерий Францевич Перелешин: Материалы к библиографии», состоящая из двух частей, – «Произведения В.Ф. Перелешина» и «Публикации о жизни и творчестве В.Ф. Перелешина» [Егорова, Малова 2014].

В 2018 г. московское издательство «Престиж Бук» опубликовало собрание сочинений В. Перелешина в трёх томах, ответственным редактором его являлся Е.В. Витковский. Первые два тома («Три Родины» и «Заблудившийся аргонавт»), включали стихотворения и поэмы Перелешина, а также воспоминания о нём; третий том («В час последний») содержал воспоминания самого поэта [Перелешин 2018].

Вторым направлением исследования творчества В. Перелешина мы обозначили литературоведческое изучение поэтики его произведений: анализ тематики и проблематики, описание особенностей стиля поэта. Академический интерес к его творчеству сформировался в 1990-е гг., когда был опубликован ряд статей, посвящённых В. Перелешину, авторами которых стали В. Агеносов, В. Булгаков, Е. Витковский, В. Казак, В. Крейд, О. Бузуев и другие. В дальнейшем появились статьи, монографии и сборники, в которых были рассмотрены не только собственное художественное творчество поэта, но и его переводческая деятельность.

Огромный вклад в исследование истории литературы русского зарубежья внёс профессор В.В. Агеносов, опубликовавший учебное пособие «Литература русского зарубежья (1918–1996)» [Агеносов: 1998а], в котором творчество В. Перелешина было рассмотрено в контексте литературы русского «рассеяния», а особый упор делался на раскрытии его «космогонического мышления» (на примере «Поэмы о мироздании»); им же

была написана статья о В.В. Перелешине в словаре «Русские писатели. XX век. Библиографический словарь» [Агеносов 1998б: 179–180]. В 1999 г. О.А. Бузуев опубликовал статью «Китай в жизни и творчестве В. Перелешина» [Бузуев 1999: 203–205], в которой дал краткую характеристику роли, которую сыграл Китай в жизни и творчестве поэта. Через год, в 2000 г., О.А. Бузуевым была издана монография «Очерки по истории литературы русского зарубежья Дальнего Востока (1917–1945)» [Бузуев 2000], а в 2001 г. он защитил докторскую диссертацию на тему «Литература русского зарубежья Дальнего Востока, 1917–1945 гг.: Проблематика и художественное своеобразие». Автор провёл сравнительно-типологическое исследование истории русской литературы дальневосточного зарубежья, выявив воздействие на неё разнородных политических, философских, социально-экономических, религиозных и иных тенденций. Особое внимание было уделено творчеству В. Перелешина и А. Несмелова, – в частности, раскрыта идейно-тематическую эволюцию поэзии В. Перелешина «китайского» периода [Бузуев 2001а].

В том же 2001 г. О.А. Бузуев опубликовал статью «Поэзия Валерия Перелешина», в которой поэтические сборники Перелешина были рассмотрены в контексте идейно-творческой эволюции поэта; были проанализированы основные темы и мотивы его творчества, среди которых были выявлены темы, сыгравшие особую роль в его творчестве, – темы Родины, России и Китая, изгнания, любви, жизни и смерти, творчества, веры и искушения и некоторые др. [Бузуев 2001б].

В 2003 г. О.А. Бузуев издал монографию «Творчество Валерия Перелешина», в которой раскрыл художественное своеобразие его поэзии, особо отметив её «искреннюю литературную зрелость» [Бузуев 2003: 28]. На сегодняшний день эта монография является единственной литературоведческой работой в России, специально посвящённой В. Перелешину.

В 2001 г. в Москве вышла в свет антология «Русская поэзия Китая», составителем которой являлись В. Крейд и О. Бакич. Антология включала произведения 58 поэтов, среди которых были С. Алымов, Л. Андерсен, А. Ачаир, М. Визи, М. Волин, Б. Волков, Г. Гранин, Е. Даль, Л. Ещин, Вс. Иванов, М. Колосова, Ю. Крузенштерн-Петерец, Е. Недельская, А. Несмелов, И. Орлова, А. Паркау, Н. Резникова, Г. Сатовский, Н. Светлов, С. Сергин, В. Слободчиков, Л. Хаиндрова, М. Щербаков, В. Янковская и другие. В числе опубликованных были 34 стихотворения Перелешина: «Чжунхай», «Вид на Пекин из Би-юнь-сы», «В Шаньхайгуане», «Хуцин», «На середине моста», «Хусиньтин», «Сянтаньчэн» и другие.

В Предисловии В. Крейд описал литературную жизнь Харбина и Шанхая, а также отношения между «западным» и «восточным» анклавами, обратив внимание на то, что «Париж слабо замечал “провинцию”, <...> творчество русского Китая в Европе <...> замечали недостаточно, вспоминали мало, любознательности не проявляли»; хотя «к российской и западной эмигрантской литературе поэты-дальневосточники относились с живым интересом» [Русская поэзия... 2001: 6]. Следует отметить, что интерес к литературе дальневосточного русского зарубежья проявился у В. Крейда ещё в 1995 г., когда он опубликовал статью «О духовном опыте эмигрантской поэзии» [Крейд 1995]; в 1999 г. под его редакцией был издан «Словарь поэтов русского зарубежья», в котором отдельная статья была посвящена Перелешину [Крейд 1999].

Огромный вклад в изучение русского дальневосточного зарубежья внесла Е.П. Таскина, которая была непосредственным участником культурной жизни русского Китая. Ею были созданы мемуарные книги «Неизвестный Харбин» [Таскина 1994], «Русский Харбин» [Таскина 1998] и ряд статей, посвящённых культурной жизни русских харбинцев [Таскина 1989]. В её работах особо отмечалось понимание В. Перелешиним китайской культуры: «Поэт любил Китай и его древнюю культуру, которую он знал лучше древних русских литераторов» [Таскина 2000: 547].

Целостное рассмотрение поэтической системы поэта содержалось в диссертации Т.М. Соловьёвой «Лирика Валерия Перелешина: проблематика и поэтика» [Соловьёва 2002].

Автор исследовала тематику художественных произведений писателя (особо выделив тему Китая) и художественное своеобразие творчества писателя, выделив в нём четыре структурных уровня:

- (1) идейно-тематическое своеобразие;
- (2) тропика и стилистика;
- (3) жанровое своеобразие;
- (4) метрико-строфический репертуар поэзии.

Исследователь пришла к выводу: Перелешин – «поэт, обладающий своей, целостной художественной системой, имеющей свои истоки и традиции, свою логику становления и развития, своё место в отечественной словесности», а его творчество «позволяет проследить путь становления и эволюции творческой личности, многое объясняя в парадоксах и противоречиях его творческого мировосприятия» [там же: 141–142].

В статье Т. Соловьёвой и В.В. Агеносова «Жанровое своеобразие лирики В. Перелешина» раскрыты особенности построения сюжета в наиболее характерных для поэзии жанрах – философско-медитативной лирике, любовном и дружеском послании, а также и стихотворении-молитве. Исследователи указали, что в его поэзии часто отсутствовала тематическая связь жанра со «строгими» традиционными жанровыми формами, которые «сковывали» творчество, что компенсировалось оригинальностью содержания [Агеносов, Соловьёва: 2012].

О. Кузнецова, С. Кружкова и Г. Эфендиева исследовали переписку Перелешина, проанализировав письма поэта с точки зрения их источниковедческой значимости [Кузнецова 2013; Кузнецова 2019; Кружкова, Эфендиева 2013]. Также изучались и его мемуарные произведения. О.А. Бузуев в статье «Тематическая и жанровая специфика книги воспоминаний Валерия Перелешина “Два полустанка”» выделил основные темы книги (переменчивость времени, воспоминания о харбинском объединении начинающих поэтов «Молодая Чураевка» (позднее – «Чураевка»)), отметил «провинциальность» (по отношению к Парижу) харбинской и шанхайской литературы и влияние «Парижской ноты» на дальневосточную литературу, объяснил причины несложившихся отношений между поэтами Парижа и Харбина [Бузуев 2015].

Л.Р. Усманова опубликовала рецензию на биографическую книгу О. Бакич «Valerii Pereleshin: The Life of a Silkworm» [Bakich 2015], в которой назвала поэта «посредником между культурами» [Усманова 2016]. Е.В. Капинос, Е.Ю. Куликова и И.В. Силантьев проанализировали сюжет и композицию автобиографической «Поэма без предмета» в сопоставлении с мемуарами «Два полустанка» и отметили, что поэма «даёт возможность наблюдать поздний этап «онегинской традиции», развивавшейся по линии акмеизма», а её композиция допускает «соединение разнородных начал»; при этом «“игровой текст” поэмы контрастирует с серьёзным, “документальным”, полным пояснений и уточнений текстом воспоминаний “Два полустанка”» [Капинос, Куликова, Силантьев: 2017].

Переводческую деятельность Перелешина исследовали Г.В. Эфендиева и О.Е. Пышняк, которые изучили перевод трактата «Дао Дэ Цзин» и отметили его ценность в качестве поэтического перевода произведения и самостоятельного художественного произведения [Эфендиева, Пышняк 2014]. В изучение творчества Перелешина в России принесли вклад и китайские исследователи, защитившие диссертации в российских вузах: Цзяо Чень, Сюй Гохун, Лю Хао, Цзя Юннин, Цуй Лу, Цзан Юньмэй. Китайские специалисты основное внимание уделяли изучению «китайской темы» в творчестве поэта, делая особый акцент на проблеме «Россия – Восток», а также на форме отражения буддийской философии в его поэзии.

Цзяо Чень назвала лирику В. Перелешина «самым интересным и крупным явлением», возникшим в недрах “Чураевки” и обратила внимание на то, что в произведениях поэта «присутствуют китайские географические названия и реалии восточного быта, вместе с христианскими мотивами активно вторгаются другие интонации, идущие от буддизма и

даосизма Востока» [Цзяо Чень 1994]. В диссертации Сюй Гохун содержится информация о литераторах Харбина и Шанхая, а также был дан краткий монографический анализ творчеству А. Несмелова, В. Перелешина и Л. Андерсен [Сюй Гохун 1996].

В работе Лю Хао были осмыслены историко-литературный и образно-тематический аспекты творчества В. Перелешина, причём основное внимание уделено китайскому периоду его творчества [Лю Хао 2001].

В диссертации Цзя Юннин раскрыты художественно-стилевые особенности образа Китая в поэзии А. Несмелова и В. Перелешина, а также диалог поэтов с Китаем. Исследовательница обратила внимание на образы, соотнесённые с Китаем (весна, лотос, луна, хуцинь и другие) и отметила влияние китайской традиции [Цзя Юннин 2019].

В работе Цуй Лу сделал вывод о том, что «в представлении Перелешина буддийские идеи были важны для осуществления принципа самораскрытия личности», а его творчество «отражает путь от внешнего восприятия буддийских философских воззрений к внутреннему их переживанию» [Цуй Лу 2021].

В центре внимания диссертации Цзан Юньмэй находилась смысловая перекличка стихотворений маньчжурских поэтов с китайской классикой. На примере стихотворений «Красные листья под инеем», «Подражание китайскому» и других показано, каким образом русские поэты постигали инонациональную культуру, стремясь воссоздать отдельные особенности китайской классики [Цзан Юньмэй 2021].

Изучение творчества Перелешина осуществлялось не только в России и Китае, но и в Европе и Северной Америке. Там активно работали Ян Паул Хинрикс, Э. Штейн (США) [Штейн 1991], О. Бакич (Канада) [Бакич 1994а; Бакич 1994б; Бакич 2005], В. Бетаки (Франция) [Бетаки 1987] и другие. Можно назвать и статьи критиков А. Раннит [Раннит 1972; Раннит 1976], Ю. Иваска [Иваск 1968; Иваск 1976] и других, в которых творчество поэта рассматривалось в контексте жизненного пути поэта.

Наиболее значительным исследованием стала написанная О. Бакич биография «Valerii Pereleshin: The Life of a Silkworm» [Bakich 2015], в которой раскрывалась связь между творчеством поэта и историко-культурным контекстом, а также тематика и стиль произведений. Рассматривая тематику поэзии В. Перелешина, В. Бетаки в монографии «Русская поэзия за тридцать лет (1956–1986)» отметил, что «Перелешин олицетворяет одно из коренных свойств русской культуры: открытость всем культурам мира, их освоение и усвоение самым органичным образом» [Бетаки 1987: 40], а «когда переводит он китайскую классику, получается удивительное слияние китайской и русской поэтических традиций» [там же].

Заключение

В настоящее время значительная часть литературного наследия писателя всё ещё остаётся неизданной в России. Это огромное количество архивных материалов, мемуарные произведения, критические статьи, рецензии, переводы и эпистолярные тексты поэта, а также многочисленные документы, которые до сих пор находятся вне доступа для читателей. В изучении наследия В. Перелешина российскими исследователями можно выделить *три этапа*.

На *первом этапе* (1930-е гг.) поэт был замечен представителями западной эмиграции, тогда и произошло поверхностное знакомство российской критики с произведениями молодого поэта, что привело к публикации нескольких откликов и рецензий на его творчество.

На *втором этапе* (1970–1980-е гг.) началось «собрание» творчества поэта. В этой работе принимали участие писатели и критики, проживавшие в Европе и Америке; позднее к ней присоединился Е. Витковский, проживавший в Советском Союзе.

На *третьем этапе* (с конца 1990-х гг. по настоящее время) началось собственно *литературоведческое* исследование творчества писателя.

В это время были опубликованы работы В. Агеносова, Е. Витковского, В. Казака, В. Крейда, О. Бузуева и других. Ведущую роль в этих исследованиях играли уже российские учёные.

В 1990-е гг. основное внимание уделялось восстановлению целостной истории русской литературы дальневосточного зарубежья, которая рассматривалась в контексте жизни русской эмиграции, что заложило основу для дальнейшего изучения творчества её отдельных представителей, – таких, как А. Несмелов, В. Перелешин, Вс.Ник. Иванов и другие. В. Перелешин внёс огромный вклад в развитие межкультурного взаимодействия, однако его творчество до сих пор остаётся недооценённым как в России, так и за рубежом.

Следует признать, что углублённое изучение творчества Перелешина в контексте русской литературы XX в. только начинается. Исследователям необходимо выявить особенности воплощения в его произведениях традиций русской литературы и других национальных литератур, исследовать особенности выражения «диаспорального самосознания» в творчестве Перелешина.

Отсутствуют работы, в которых рассматривается влияние южноамериканской культуры на творчество поэта, а также исследования, в которых бы осуществлялся сравнительно-сопоставительный анализ поэтики Перелешина и других поэтов-дальневосточников и – тем более – поэтов русского западного зарубежья. Ещё меньше исследований было посвящено мемуарам, переписке, а также переводческой деятельности писателя.

Взаимодействие учёных из разных стран способствует появлению теоретических обобщений и пониманию принципов литературного взаимодействия. Изучение русского зарубежья (и, в частности, творчества Перелешина) способствует формированию современных принципов анализа текста и методов описания литературного процесса.

Список литературы

1. Агеносов В.В. Литература русского зарубежья (1918–1996). Учебное пособие. М.: Terra спорт, 1998. 540 с.
2. Агеносов В.В. Перелешин Валерий Францевич // Русские писатели. XX век. Библиографический словарь: в 2 ч. Ч. 2: М–Я / Под ред. Н.Н. Скатова. М.: Просвещение, 1998. С. 179–180.
3. Агеносов В.В., Соловьева Т.М. Жанровое своеобразие лирики В. Перелешина // Русский Харбин, запечатленный в слове. Вып. 6: Сборник научных работ. 2012. С. 213–226.
4. Адамович Г. Рецензия на книгу «В пути» // Последние новости. 1938. 24 февраля. С. 3.
5. Бакич О.М. Венок на могилу поэта (Валерий Перелешин: 1913–1992) // Записки Русской академической группы в США. Нью-Йорк, 1994. Т. 26. С. 414–418.
6. Бакич О.М. Остров среди бушующего моря // Новый журнал. 2005. №. 239. С. 174–200.
7. Бакич О.М. Поэзия: Валерий Перелешин // Россияне в Азии: лит.-ист. ежегодник / под ред. О.М. Бакич. Торонто: Центр по изучению России и Восточной Европы, 1994. № 1. С. 5–6.
8. Бетаки В. Русская поэзия за тридцать лет (1956–1986). Орандж (США): Антиквариат, 1987. 291 с.
9. Бузуев О.А. Литература русского зарубежья Дальнего Востока, 1917–1945 гг.: Проблематика и художественное своеобразие. Дис. ... д. филол. н. М., 2001. 353 с.
10. Бузуев О.А. Поэзия Валерия Перелешина // Теория и практика литературоведческого анализа: сб. научных трудов. Комсомольск-на-Амуре: Изд-во «Комсомольский-на-Амуре педагогический университет», 2001. С. 70–97.
11. Бузуев О.А. Творчество Валерия Перелешина. Комсомольск-на-Амуре: Изд-во «Комсомольский-на-Амуре педагогический университет», 2003. 121 с.
12. Бузуев О.А. Китай в жизни и творчестве В. Перелешина // Из истории российско-китайских отношений. Благовещенск: Изд-во «Амурский университет», 1999. С. 203–205.
13. Бузуев О.А. Очерки по истории литературы русского зарубежья Дальнего Востока (1917–1945). Монография. М.: Прометей, 2000. 124 с.
14. Бузуев О.А. Тематическая и жанровая специфика книги воспоминаний Валерия Перелешина «Два полустанка» // Россия и Китай на дальневосточных рубежах. Исторический опыт взаимодействия культур. Вып. 11. Благовещенск: Изд-во «Амурский университет», 2015. 423 с.

15. Витковский Е. (Ариэль). В день кончины моей // Новый журнал. 1993. № 190–191. С. 447–450.
16. Витковский Е.В. Апостериори. Записки Ариэля // Зарубежные задворки. 2013. № 4. С. 3–34.
17. Егорова Н.А., Малова И.В. Валерий Францевич Перелешин: Материалы к библиографии. М., 2014. 44 с. URL: <https://clck.ru/sVMZe> (дата обращения: 22.05.2022).
18. Иваск Ю.П. Об авторе // Ариэль: девятая книга стихотворений. Франкфурт-на-Майне: Посев, 1976. С. 3–7.
19. Иваск Ю.П. [Рец. на кн.: Перелешин В.Ф. Южный дом: пятая кн. стихотворений] // Новый журнал. 1968. № 92. С. 302–303.
20. Капинос Е.В., Куликова Е.Ю., Силантьев И.В. Русский Китай как историческая летопись и как лирический сюжет («Поэма без предмета» и «Два полустанка» В. Перелешина) // Сибирский филологический журнал. 2017. № 2. С. 87–109.
21. Крейд В. Перелешин Валерий Францевич // Словарь поэтов русского зарубежья / Под ред. В. Крейда. СПб.: Изд-во «Русский христианский гуманитарный институт», 1999. С. 184–185.
22. Крейд В. О духовном опыте эмигрантской поэзии // «Вернуться в Россию – стихами»: 200 поэтов эмиграции: Антология / Сост., автор предисл., коммент. и биографич. сведений В. Крейд. М.: Республика, 1995. URL: <https://studfile.net/preview/5787304/> (дата обращения: 12.12.2021).
23. Кружкова С.А., Эфендиева Г.В. Эпистолярное наследие В. Перелешина как биографический и историко-литературный источник (на материале писем к Е.А. Сентяниной и Л.Ю. Хаиндровой) // Россия и Китай на дальневосточных рубежах. Этнокультурные процессы в политическом контексте. Вып. 10. Благовещенск: Изд-во «Амурский университет», 2013. С. 266–277.
24. Кузнецова О. Слава тебе, уходящему юным из мира... // Новый Журнал. 2013. № 272. URL: <https://magazines.gorky.media/nj/2013/272/slava-tebe-uhodyashhemu-yunym-iz-mira.html> (дата обращения: 06.05.2022).
25. Кузнецова О. «Я оказался в этом сером и неинтересном городе...»: Из шанхайских писем Валерия Перелешина матери, 1943–1946 // Литературный факт. 2019. № 4 (14). С. 145–179.
26. Лю Хао. Поэзия русской эмиграции в Харбине: основные имена и тенденции. Дис. ... к. филол. н. М., 2001. 262 с.
27. Перелешин В. В час последний: Стихотворения и поэмы. Т. 2. Кн. 2. М.: Престиж Бук, 2018. 432 с. [Серия «Золотой серебряный век»].
28. Перелешин В. Два полустанка (фрагменты) // Литературная учеба. 1989. № 6. С. 110–124.
29. Перелешин В. Заблудившийся аргонавт: Стихотворения и поэмы. Т. 2. Кн. 1. М.: Престиж Бук, 2018. 448 с. [Серия «Золотой серебряный век»].
30. Перелешин В. Русский поэт в гостях у Китая 1920–1952: сб. стихотворений / ред., вступ. ст., коммент. J.P. Hinrichs. The Hague: Leuxenhoff Publ., 1989. 214 с.
31. Перелешин В. Три родины: Стихотворения и поэмы. Т. 1. М.: Престиж Бук, 2018. 608 с. [Серия «Золотой серебряный век»].
32. Раннит А. Валерий Перелешин. Южный дом. Качель // Новый журнал. 1972. № 107.
33. Раннит А. О поэтике Валерия Перелешина – шесть первых сборников поэта (1937–1971) // Russian Language Journal. East Lansing, 1976. № 106. С. 28.
34. Русская поэзия Китая: Антология / Сост. В.П. Крейд, О.М. Бакич. М.: Время, 2001. 720 с.
35. Соловьева Т.М. Лирика Валерия Перелешина: проблематика и поэтика. Дис. ... к. филол. н. Южно-Сахалинск, 2002. 170 с.
36. Сюй Гохун. Литературная жизнь русской эмиграции в Китае. 1920–1040-е годы. Дис. ... к. филол. н. М., 1996. 182 с.
37. Таскина Е.П. Неизвестный Харбин. М.: Прометей, 1994. 125 с.
38. Таскина Е.П. Перелешин // Русские писатели XX в: Биографический словарь. М.: Большая российская энциклопедия, 2000. 806 с.
39. Таскина Е.П. Поэты русского Харбина // Проблемы Дальнего Востока. 1989. № 3. С. 120–121.
40. Таскина Е.П. Русский Харбин. М.: ЧеРо, 1998. 270 с.
41. Усманова Л.Р. «Три родины» поэта Перелешина (О новой книге Ольги Бакич) // Общество и государство в Китае. 2016. Т. 46. № 2. С. 593–603.
42. Цзан Юньмэй. Образ Родины в поэзии русской эмиграции в Китае 1920–1940-х годов (интертекстуальный пласт). Дис. ... к. филол. н. СПб., 2021. 234 с.

43. Цзя Юннин. Образ Китая в поэзии Арсения Несмелова и Валерия Перелешина. Дис. ... к. филол. н. М., 2019. 165 с.
44. Цзяо Чень. Русский литературный Харбин 1920–1930-х годов. Дис. ... к. филол. н. Иваново, 1994. 271 с.
45. Цуй Лу. Рецепция китайской культуры и ее отражение в поэзии русской дальневосточной эмиграции 1920–1950-х гг. Дис. ... к. филол. н. СПб., 2021. 333 с.
46. Штейн Э. Китайские тени Валерия Перелешина // Новый журнал. 1991. № 184–185. С. 621–628.
47. Эфендиева Г.В., Пышняк О.Е. Валерий Перелешин и его опыт стихотворного перевода древнекитайского трактата «Дао дэ цзин» // Социальные и гуманитарные науки на Дальнем Востоке. 2014. № 4 (44). С. 137–140.
48. Bakich O. Valerii Pereleshin: The Life of a Silkworm. Toronto: University of Toronto Press, 2015. 408 p.
49. Hinrichs J.P. Valerij Perelešin (1913–1992): catalogue of his papers and books in Leiden University Library. Leiden: Leiden University Library, 1997. 184 p.
50. Perelešin Valerij. Gedichten. Cahiers van De Lantaarn. N. 23. Vert.: Jan Paul Hinrichs. Leiden, Stichting De Lantaarn, 1983. 39 p.
51. Perelesjin Valeri. Vanuit de verte. De lantaarn. N. 42. Vert.: Jan Paul Hinrichs. Leiden, De Lantaarn, 1986. 25 p.

Информация об авторе

Чжан Юаньюань – аспирант кафедры русской литературы
Пермского государственного национального исследовательского университета.

Information about the author

Zhan Yuanyuan – Postgraduate Student, Department of Russian Literature,
Perm State University.



Евразийский гуманитарный журнал. 2022. № 3. С. 86–92.
Eurasian Humanitarian Journal. 2022. No. 3. P. 86-92.

Научная статья
УДК 81'42;81'25

ПОЭЗИЯ С.А. ЕСЕНИНА В КИТАЕ¹

Ли Цянь

Тяньцзинский университет иностранных языков, Тяньцзинь, Китай, 13863307485@163.com

Аннотация. Статья посвящена науковедческим вопросам литературоведения в Китае на фоне российских. В данной статье автор проводит анализ ситуации, связанной с эволюцией и современным состоянием китайских литературоведческих исследований жизни и творчества русского поэта серебряного века Сергея Есенина. Автор статьи описывает историю перевода поэзии С.Есенина и публикаций исследований творчества поэта в Китае. В статье приведён анализ работ китайских учёных, изучающих Есенина. В частности, говорится о Ху Юйчжи, Цзян Гуанци – первых переводчиков, которые познакомили Китай с Есениным и его творчеством. Одновременно с переводом стихотворений китайские переводчики перевели и другие произведения Есенина, благодаря чему китайские читатели и учёные высоко оценивают своеобразие поэзии Есенина. Автор статьи подчёркивает спад исследовательской активности в современном китайском литературоведении и необходимость в обновлении исследовательской литературоведческой базы для исследований творчества Есенина и вообще для исследований зарубежной литературы. Кроме того, в статье указывается на то, что в Китае наблюдается отставание в «овладении динамикой зарубежных исследований» о Есенине, в связи с этим необходимо переводить зарубежные исследования и изучать западный опыт. Китайским учёным следует опираться на существующие исследовательские основы и материалы в более широкой мировой литературоведческой среде, чтобы привести их в соответствие с последними достижениями в исследовании творчества Сергея Есенина в других странах. При возможности сближения российских есенинских исследований с мировой литературоведческой практикой, их модель и методика имеют большое значение для развития литературоведческих исследований иностранной литературы в Китае.

Ключевые слова: Есенин, перевод, Китай, мировое есениноведение, китайское литературоведение, науковедение.

Для цитирования: Ли Цянь. Поэзия С.А. Есенина в Китае // Евразийский гуманитарный журнал. 2022. № 3. С. 86–92.

Original article

S.A. ESENIN'S POETRY IN CHINA

Li Qian

Tianjin Foreign Studies University, Tianjin, China, 13863307485@163.com

Abstract. The article is devoted to the scientific issues of literary studies in China against the background of Russian. In this article, the author analyzes the situation related to the evolution and current state of Chinese literary studies of the life and work of the Russian poet of the Silver Age Sergei Yesenin. The author of the article describes the history of the translation of S. Yesenin's poetry and the

¹ Данная статья подготовлена в рамках проекта фонда «Тяньцзиньский магистрантский проект «Изучение исторического повествования в современной русской литературе» (2021YJSS241). This article was prepared within the framework of the Tianjin Master's Project "The Study of Historical Narrative in Modern Russian Literature" Foundation (2021YJSS241).

© Ли Цянь, 2022

publication of studies of the poet's work in China. The article presents an analysis of the works of Chinese scientists studying Yesenin. In particular, it is said about Hu Yuzhi, Jiang Guangqi – the first translators who introduced China to Yesenin and his work. Simultaneously with the translation of the poems, Chinese translators translated other works of Yesenin, thanks to which Chinese readers and scholars highly appreciate the originality of Yesenin's poetry. The author of the article emphasizes the decline of research activity in modern Chinese literary studies and the need to update the research literary base for the research of Yesenin's work and in general for the research of foreign literature. In addition, the article points out that in China there is a lag in "mastering the dynamics of foreign research" about Yesenin, in this regard, it is necessary to translate foreign research and study Western experience. Chinese scientists should rely on existing research foundations and materials in the wider world literary environment in order to bring them in line with the latest achievements in the study of Sergei Yesenin's work in other countries. Given the possibility of bringing Russian Yesenin studies closer to the world literary practice, their model and methodology are of great importance for the development of literary studies of foreign literature in China.

Keywords: S.A. Esenin., introduction, translation, China, worldwide S. A. Esenin research.

For citation: Li Qian. S.A. Esenin's poetry in China. Eurasian Humanitarian Journal. 2022;3:86-92. (In Russ.).

Введение

Сергей Есенин – национальный поэт XX в., которого в России относят к поэтам «серебряного века». Стихи его продемонстрировали уникальное очарование русской культуры, сам поэт и его работы пользуются большой популярностью в Китае. Профессор Пекинского университета, обладатель «Медали Лермонтова» Гу Юньпу [顾蕴璞 1931], пишет о том, что китайские читатели любят Есенина; он им не наставник, а душевный друг. Объектом нашего исследования являются представление и переводы поэзии С.А. Есенина в Китае. Целью и задачей работы являются выявление истории и нынешнего состояния проблем, связанных с исследованием творчества С. Есенина в Китае, чтобы внести свой вклад в перевод работ Есенина в будущем. Научная новизна исследования состоит в новаторской точке зрения, то есть с помощью общей базы данных китайской CNKI (с 1992 г.) произвести анализ 334 научных статей, представить объективную научную картину исследований произведений С. Есенина в Китае, а затем соединить соответствующую литературу с исследованиями его творчества во всём мире, чтобы провести анализ, обобщить результаты исследований. В данной работе используются методы сочетания количественного и качественного анализов, анализа документов, индукции и другие. В статье описаны причины интереса китайских читателей и исследователей к творчеству поэта, анализируются первые переводы произведений Есенина в Китае.

Основная часть

С.А. Есенин и интерес китайцев к нему

Поэзия Есенина глубоко укоренилась в русской культуре, она наполнена любовью к Родине и к природе родного края [Ван Лис 2015]. На основе его творчества китайские читатели не только знакомятся с изменением социальной ситуации в России, но и обращают внимание на «многоцветную» природу, размышляя о современных экологических проблемах; классические стихотворения Есенина ценят в Китае и в настоящее время. Известно, что Есенин назвал себя «последним поэтом деревни», а теперь в Китае ускоряется процесс урбанизации, воспоминания людей о простой деревенской жизни и «освежающей среде» соответствуют тематике поэзии Есенина, что вызывает живой интерес китайцев к творчеству Есенина.

С 1978 г. в Китае изучение поэзии С. Есенина и её перевод никогда не прекращались [Ван Шоужэнь 1994]. Одновременно с переводом стихотворений китайские переводчики также перевели прозаические труды Есенина: «Быт и искусство», «Ключи Марии» и т. п.

Достижения поэта имеют влияние на читателей и китайских поэтов нового поколения. Многие исследователи изучают связь и сходство поэтических стилей Сергея Есенина и Ли Бо, романтизм, который повлиял на поэтическое творчество Есенина. В связи с девяностой годовщиной рождения поэта (1985 г.) в Китае развернулись дискуссии о творческом пути и идейном развитии Есенина, художественных достижениях в его поэзии, оценке творчества Есенина и другие [Ли Юйчжэнь 1985]. В Китае за последние 30 лет (1992–2022) было создано 334 работы, исследующих творчество Есенина [общий корпус данных – CNKI], ежегодно публикуется в среднем 15 статей (Схема 1) [Анализ...: эл. ресурс]. Тематика исследований в основном распределена по аспектам: Есенин (63,19%), Россия (7,29%), лирика (4,86%). Существуют статьи, в которых поэзия Есенина сопоставляется с поэзией китайского поэта Хайцзы (海子, 1964–1989) и русского поэта Маяковским. К числу наиболее изученных тем в творчестве Есенина относятся следующие: искусство изображения (поэтика), экологическое сознание, «духовная утопия» и т. п. (Схема 2) [там же].

Схема 1. Частотность публикаций

① 数据来源: 文献总数: 334 篇; 检索条件: (主题%='叶赛宁' or 题名%='叶赛宁') AND (发表时间 Between('1992-01-01','2022-07-04')); 检索范围: 中文文献。

总体趋势分析

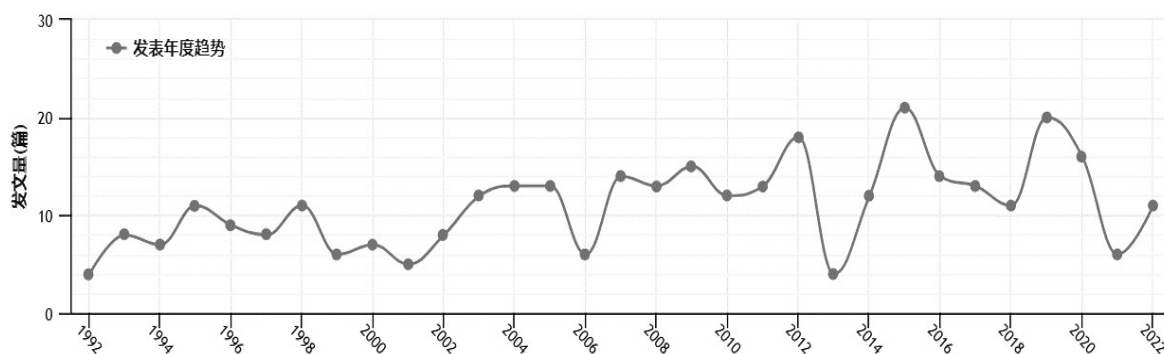
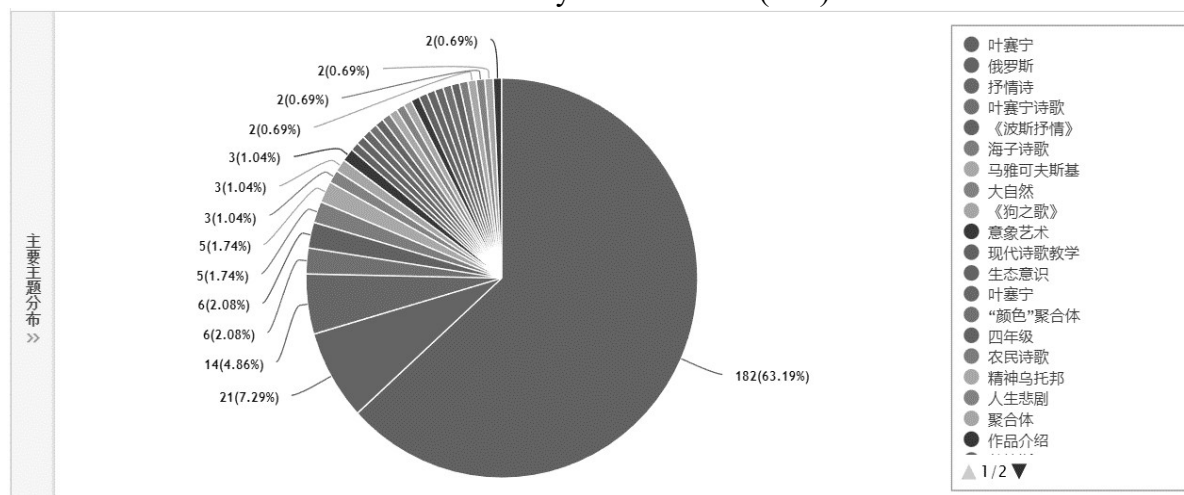


Схема 2. Изученность тем (в %)



2. Первые переводы творчества Есенина в Китае

Поэзия Есенина оказала влияние на все страны мира. Ещё при жизни поэта в Великобритании и Италии (1922 и 1923 гг.) впервые перевели его поэзию. Что касается Китая, то китайские учёные сначала представили поэта Есенина, а потом уже перевели его произведения.

Китайские читатели в первый раз услышали об имени Есенина благодаря учёному Ху Юйчжи (胡愈之, 1896–1986). В 1921 г. основали КПК, программа которой заключается в свержении капиталистических режимов, уничтожении капиталистической и частной собственности, признании диктатуры пролетариата. Чтобы представить советскую литературу после Октябрьской революции и популяризировать программу партии в 1922 г. он опубликовал в газете «Восток» (Т. 19, № 4) статью «Аспект новой русской литературы». Ху Юйчжи полностью подтвердил значение революции в поэме Есенина «Пугачёв», затем в 1927–1930 гг. писатель Лу Синь не раз оценивал творчество Есенина в статье «Революционная литература» и других своих выступлениях.

Первым переводчиком есенинской поэзии является революционный поэт Цзян Гуанци (光慈, 1901–1931). Он перевёл стихи «Русь советская» (1924, А. Сахарову). Это стихотворение вместе с другими стихами Цзян Гуанци включено в его «Сборник ностальгии». Нетрудно понять, почему «Русь советская» вызвала столь сильное потрясение у Чан Гуанци: 1928 г. был также восьмым годом пребывания Цзян Гуанци в Шанхае ради революции. Молодой человек, покинувший свой дом на восемь лет, в возрасте 28 лет стал свидетелем разрыва между «революцией в фантазии» и «реальной революцией», пережил мятеж, бегство и перемещение, вновь и вновь в душе, скучал по родине и семье.

Оценка Цзян Гуанци поэзии Есенина оказала определённое влияние на понимание творчества русского поэта китайскими читателями. После Цзян Гуанци стилю поэзии Есенина уделили внимание Ли Иман (李一氓, 1903–1990), Дай Ваншу (戴望舒, 1905–1950), Гэ Баоцюань (戈宝权, 1913–2000), Сун Вэй (孙玮, неизвестно), чем и завершили четыре этапа «ранних китайских переводов» поэзии Есенина.

Наиболее объёмным среди перечисленных работ явился сборник «Избранные стихи Есенина» в переводе Гу Юньпу. За эту книгу в 1991 г. он был отмечен премией Пекинского университета. Издательство «Илинь чубаньшэ» в 1999 г. переиздало данный сборник. Его отличительной особенностью является то, что к каждому стихотворению переводчик составил комментарий, помогающий читателям глубже понять творческую историю и художественные особенности каждого литературного произведения.

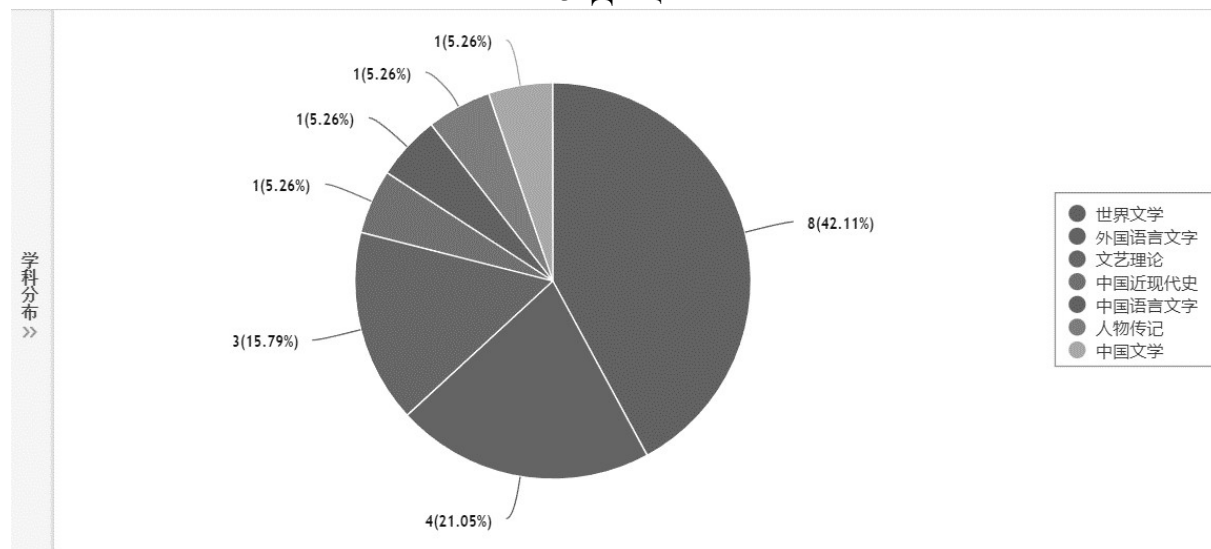
С 1978 по 2006 гг. в Китае были переведены почти все стихотворения С. Есенина. Вышло 12 сборников его стихов. Несколько произведений даже входят в школьную программу. Так стихотворение «Береза» изучается в 6 классе, «Песнь о собаке» (на рус.яз.: «Собаке Качалова») – в 8 классе.

Большой вклад в изучение творчества русского поэта внёс профессор Пекинского университета, лауреат премии М. Горького Союза писателей России за достижения в изучении и переводе русской литературы, обладатель «Медали Лермонтова» Гу Юньпу. Он посвятил свою жизнь переводам и исследованию стихов Есенина, составил многотомное описание жизни поэта. На вопрос «Откуда у него такой интерес к русскому поэту?» он ответил, что «Есенин открыл для меня удивительный мир русской деревни, замечательный образ России, красоту и силу русских людей, природу страны. Китайские читатели любят Есенина, он им не наставник, а друг...»

Проблемы перевода произведений Есенина изучаются в рамках следующих дисциплин: мировая литература (42.11 %), иностранная литература (21.05 %), теория литературы и искусства (15.79 %). (Схема 3). Благодаря усилиям нескольких поколений китайских переводчиков поэзия Есенина давно преодолела географические границы и вошла в фонд культурной сокровищницы

русской поэзии. Сергей Есенин занял видное место в трёхтомной «Истории русской и советской литературы», подготовленной под редакцией Е Шуйфу в издательстве «Шэхуэй кэсюэ чубаньшэ». Поэзия Есенина доступна и на многих сайтах китайского Интернета.

Схема 3. Дисциплины



3. Оценка переводов Есенина китайскими читателями

Надо сказать, что новая китайская литература растёт и развивается под влиянием зарубежной литературы, в особенности русской. Развитие новой поэзии в Китае также сильно «пострадало» от влияния западной поэзии [Ван Шоужэнь 1994]. До сих пор они переиздаются, и издаются новые книги. Например, «Избранные стихи Есенина» (2010); «Классическая поэзия Есенина. “Гляну в поле, гляну в небо...”» (2014). В современном китайском Интернете на различных сайтах публикуются стихотворения Есенина и статьи о его творчестве. По некоторым подсчётам, в открытом пользовании находится примерно 180 материалов, отражающих творчество Есенина в китайских публикациях за период с 1985 по 2016 гг.

В стихах Есенина лирика и повествование проникают друг в друга, они очень популярны у китайских читателей, потому что не только привлекают людей своими идеями и сюжетами, но и «заражают их страстью», находящейся внутри стихотворения. В таком случае читатели как будто находятся в одной ситуации и атмосфере вместе с поэтом, как если бы испытывали его чувства сами. Они испытывают особое сердечное чувство к Есенину, словно его темперамент относится к китайскому типу. Китайские читатели считают, что поэзия Есенина воплощает в себе своеобразие русской культуры и русских крестьян, его лирические приёмы и «образ его искусства» всегда ценят китайские читатели и ученые. Китайские литературоведы дают высокую оценку разнообразию поэзии Есенина, в том числе дают следующие характеристики: 1) лирика естественна и чиста; 2) употребление в стихах многообразных цветов (синева, краснота, золото и других); 3) поэзия богата особыми образами; 4) широкое применение стилистических приёмов (синестезии, олицетворения и других); 5) близость к народной песне.

В последние годы подходы к изучению эстетики поэзии С. Есенина в Китае обновились, изучение его поэзии развивалось вглубь. Ряд высших учебных заведений и научно-исследовательских институтов организовали курсы по изучению творчества Есенина, его творчество изучается при получении степени магистра. Профессор Гу Юньпу подчеркнул, что Есенин настойчиво стремился к новизне и непрерывно создавал новые образы, не отрываясь «ни от гнезда предшественников», ни от своих привычек. Учёные Чжан Вэй и Ян Цзин проанализировали тему природы в поэзии Есенина различных периодов

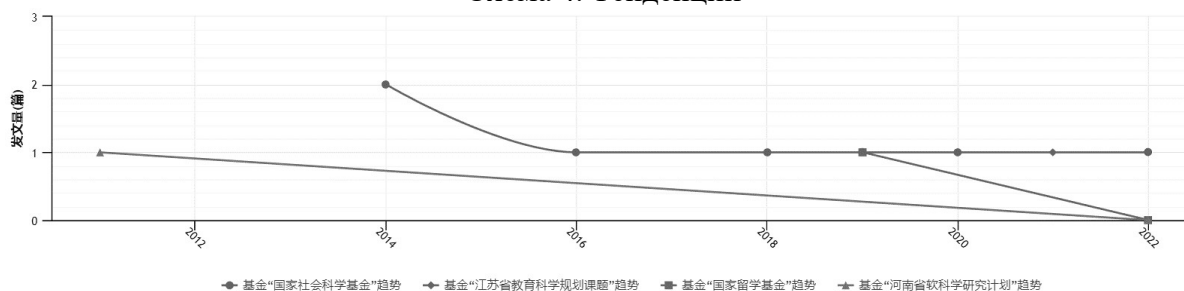
в сочетании с «социальным контекстом перемен», произошедших в то время в России, чтобы изучать изменение в сознании лирического героя Есенина, формирование внутреннего конфликта, а также понимать мысли стихотворца и чаяния его сердца [Чжан Вэй, Ян Цзин 2020]. Исследователи вскрыли противоречия в сознании лирического героя Есенина, вызванные изменением эпохи, в основе которой лежит трагедия жизни самого поэта [там же]. Ши Дунна отметила, что Есенин начал «заниматься» экологическими проблемами сто лет назад, в начале индустриализации [Ши Дунна 2016: 1–61]. Через поэзию Есенина, на основе «теории экологической трилогии» (то есть природной, социальной, экологической и духовной) профессора Лу Шуюань, анализируется экологическое сознание, проявившееся в поэзии Есенина, глубоко исследуется источник этого сознания и противоречие в экологическом сознании Есенина. Лю Лили и Ли Чуньлин написали, что в качестве примера можно привести «Письмо к матери» Есенина, в котором подробно рассказывается о том, как правильно интегрировать элементы мышления и политики в процесс обучения поэзии и таким образом добиться многоаспектного единства передачи знаний, развития способностей и формирования ценностей [Лю Лили, Ли Чуньлин 2022].

В общем, стихи С.Есенина являются триедиными по характеру отражения – природа, деревня и отечество. Они отражают глубокую и чистую привязанность к окружающей природе и родине, обращаются с призывом к гармоничному сосуществованию между человеком и природой, критикуют разрушение деревень промышленной цивилизацией.

4. Актуальность переводов Есенина в Китае

Сейчас официально появилось мировое есениноведение. Поэзия Есенина, как Пушкина, выходит за рамки национальных границ и становится сокровищем мировой культуры. Систематический корпус литературы во всём мире обеспечивает важную документальную поддержку для исследования творчества Сергея Есенина. Углубление исследований этнографической тематики и развитие междисциплинарного изучения также даёт нам новые перспективы и направления для работы. Однако следует отметить, что несмотря на значительный прогресс в есениноведении, по сравнению с 1980–1990 гг., в настоящее время в Китае признаётся необходимость обновления исследовательской перспективы и овладения достижениями зарубежных исследований творчества Есенина [Чжан Фанли 2019]. Связанные с исследованиями проекты фонда на уровне провинции и выше всего 4, в том числе «Национальный фонд общественных наук», «Программа образования и науки провинции Цзянсу», «Национальный фонд обучения за границей», «Программа мягкой науки провинции Хэнань». При поддержке фонда, кульминация исследований в 2014 г., сейчас наблюдается более устойчивая тенденция (Схема 4). Можно отметить, что государство и некоторые провинции придают большое значение исследованию Есенина, однако в целом, как представляется, по-прежнему необходимо стимулировать научное сообщество к тому, чтобы оно было активным, чтобы изучение было более широким и глубоким.

Схема 4. Тенденции



В связи с этим считаем, что переводчики должны придавать значение следующим аспектам. 1. Необходим перевод новых исследовательских достижений в России или во всём мире о Есенине и его произведениях. Например, в работе «Летопись жизни и творчества С.А. Есенина» сохраняются соответствующие документы, фотографии, телефаксы и другие

важные материалы; М.В. Скороходов опубликовал монографию «Сергей Есенин: истоки творчества» (2014); сборник статей «Есенин в XXI в.» (2015). Все это представляет собой новейшие и «действующие» данные для дальнейшего изучения и понимания творчества Есенина. 2. Следует использовать опыт перевода поэзии: в стихах на китайском языке тоже надо отражаться стилистические приёмы исходного текста, чтобы проявить преимущества китайских иероглифов и привлекать больше читателей. 3. В качестве сопровождения к тексту перевода нужно использовать обобщение и «создание текста жизни Есенина», касающегося традиции, религии, быта и т. п., чтоб и читатель в Китае был в курсе происхождения поэтического вдохновения, с целью создания полной картины о стилистических приёмах поэта и его творчестве. Кроме того, в наши дни модель и методика исследования Есенина в России играют значимую роль в развитии иностранных литературных исследований в Китае. Необходимо делать акцент на глубоком изучении мирового есениноведения – это имеет актуальность и активно пробуждает национальное сознание и восприятие русской поэтической традиции у китайцев [Чжан Фанли 2019].

Заключение

В качестве основного вывода необходимо отметить, что при всей своей бесконечной преданности национальным духовным истокам Сергей Есенин был открыт и влияниям мировой культуры. Его поэзия уже переведена на более чем 150 языков мира. В Китае рано и быстро начали изучать Есенина и его поэзию, но в эпоху мирового есениноведения наблюдается некое отставание. Необходимо опираться на существующие исследовательские основы и материалы в более широкой мировой среде, чтобы привести их в соответствие с последними результатами исследований по Есенину в других странах. При возможности сближения российских есенинских исследований с мировыми литературоведческими исследованиями, их модель и методика имеют большое значение для развития иностранных литературных исследований в Китае.

Список литературы

1. Ван Шоужэнь. Есенин и Китай // *Общественные науки за границей*. 1994. № 3. С. 23–27.
2. Ван Лие. Анализ русской литературы. М.: Издательство по обучению и изучению иностранных языков, 2015. 152 с.
3. Гу Юньпу. Переводчик говорит о поэзии Есенина // *Филология начальной школы*. 2020. № Z1. С. 36–37.
4. Ли Юйчжэнь. Есенинский коллоквиум состоялся в пекинском университете // *Изучение иностранной литературы*. 1985. № 4. С. 134.
5. Лю Лили, Ли Чуньлин. Изучение и практика «элементов политики в курсе» в уроке истории русской литературы – на пример «Письмо к матери» Есенина // *Вестник Хэйлуцзяньский институт развития учителей*. 2022. № 41. С. 40–42.
6. Чжан Вэй, Ян Цзин. Естественная тема в поэзии Есенина и трагедия жизни // *Хэбэйский торгово-экономический университет*. 2020. № 20. С. 45–51.
7. Чжан Фанли. Исследование тенденции и прогресс Есенина в России – со столетнего дня рождения поэта // *Изучение динамики иностранной литературы*, 2019. № 5. С. 103–110.
8. Ши Дунна. Экологическое сознание в поэзии Есенина // *Тяньцзиньский педагогический университет*. 2016. № 10. С. 1–61.
9. Источник данных: анализ визуализации базы данных CNKI.
<https://yc10.sdnu.edu.cn/s/net/cnki/kns/G.https/kns8/Visual/Center>.

Информация об авторе

Ли Цянь – магистрант,

Тяньцзиньский университет иностранных языков.

Information about the author

Li Qian – Master

Tianjin Foreign Studies University.

Евразийский гуманитарный журнал. 2022. № 3. С. 93–110.
Eurasian Humanitarian Journal. 2022. No. 3. P. 93-110.

Научная статья
УДК 81'42; 811.11

ЭТИКЕТ КОМИЧЕСКИХ КОММУНИКАЦИЙ

Илья Юрьевич Роготнев

Пермский государственный национальный исследовательский университет, Пермь, Россия,
rogotnev05@mail.ru

Аннотация. В статье анализируется проблема этикета в комической коммуникации. Комические высказывания могут представляться реципиентам уместными или неуместными, нейтральными или обидными. Данная проблема решается с опорой на авторскую типологию комизма, в которой учитываются теоретические достижения Жан-Поля, З. Фрейда, М.М. Бахтина и позднейших теоретиков. Комические феномены можно разделить на простые (когда эффект смешного является конечной целью игры) и сложные (тенденциозные). Среди последних наиболее полно в эстетической литературе описан комизм насмешливого типа, который обычно отождествляют с сатирой. Между тем, анализ показывает, что тенденция может быть связана с функциями философской критики мышления, реализации запретного коммуникативного намерения или репрезентации универсальных мифологических смыслов. Описанные разновидности тенденциозной комичности проявляются как в литературе и фольклоре, так и в современных медиапродуктах. Материалом анализа выступили представления в рамках телевизионных юмористических игр «Клуб веселых и находчивых» (комические номера Сборной КВН Пермского края за 2021 год). Анализ тематики и функциональных разновидностей комизма позволяет описать стереотипный комический образ региона, который включает в себя устойчивые темы (провинция), персонажные маски (гопник), речевые средства (использование городского просторечия). Дается контурное описание комического этикета, характерного для медиапродуктов Первого канала российского телевидения; делается вывод о преобладании в данном комическом этикете рекреационного (простого) смеха, активном использовании юмора для преодоления коммуникативных запретов. В заключении проводится разграничение понятий «комический этикет» и «комический стиль», описывается практическая ценность изучения комических этикетов в массовой культуре.

Ключевые слова: комическое, сатира, КВН, пермский юмор, острота, медиакоммуникация.

Для цитирования: Роготнев И.Ю. Этикет комических коммуникаций // Евразийский гуманитарный журнал. 2022. № 3. С. 93–110.

Финансирование: Исследование выполнено при поддержке гранта РФФИ № 20-412-590006 «Массовая речевая культура Пермского края: трансформация языковой, коммуникативной, этической нормы в XXI веке».

Original article

COMIC COMMUNICATION ETIQUETTE

Ilya Yu. Rogotnev

Perm State University, Perm, Russia, rogotnev05@mail.ru

Abstract. The paper analyzes the problem of etiquette in comic communication. Comic discourse may be judged as appropriate or inappropriate, neutral or offensive. The proposed solution of the problem is based on the author's typology of comicity, which uses the theoretical achievements of Jean-Paul, Z. Freud, M.M. Bakhtin and later theorists. Comic phenomena can be divided into simple (when the effect of the funny

is the ultimate goal of the game) and complex (tendentious). Among the latter, the humor of the mocking type, which is usually identified with satire, is most fully described in aesthetic literature. Meanwhile, the analysis shows that the trend may be associated with the functions of philosophical criticism of thinking, the implementation of a forbidden communicative intention, or the representation of universal mythological meanings. The described varieties of tendentious comics are manifested in literature and folklore, and also in modern media. The matter of the analysis is the performances within the framework of the television humorous games "The Club of the Cheerful and Resourceful" (comic numbers of the KVN Team of the Perm region for 2021). An analysis of the themes and functional varieties of comedy makes it possible to describe the stereotypical comic image of the region, which includes stable themes (province), character masks (gopnik), and speech means (the use of urban vernacular). A contour description of the comic etiquette characteristic of the media products of the First Channel of Russian Television is given; the conclusion is made about the predominance of recreational (simple) laughter in this comic etiquette, the active use of humor to overcome communication prohibitions. In conclusion, a distinction is made between the concepts of "comic etiquette" and "comic style", and the practical value of studying comic etiquette in popular culture is described.

Keywords: comic, satire, KVN, Perm humor, witt, media communication.

For citation: Rogotnev I.Yu. Comic communication etiquette. Eurasian Humanitarian Journal. 2022;3:93-110. (In Russ.).

Funding: The study was supported by RFBR grant No. 20-412-590006 "Mass speech culture of the Perm region: transformation of linguistic, communicative, ethical norms in the 21st century"

Введение

Современное медиaproстранство предоставляет богатый материал для изучения приемов и функций комического. Смеховая игра обнаруживается в таких популярных явлениях, как кликбейт, демотиватор, пранк [Prokofeva, Akulovich 2021; Duskaeva, Shcheglova 2022; и др.] и т. п. Можно считать установленным, что комическое выступает «одним из конституирующих факторов» современной медиакommunikации [Коньков 2021: 347].

Исследователи комических феноменов в медиаречи часто обращаются не только к их эстетическому, но и к их этическому измерению. Часто речь идет о манипулятивном потенциале политического юмора [Кедровский 2018; Коняева 2021], о «подтрунивании, глумлении, насмешке» [Коняева 2021: 351] и «дискредитации личности» [Копуаева, Samsonova 2021] посредством комических приемов. Авторы коллективной монографии «Этика юмора в славянской медиакommunikации» используют в своем концептуальном аппарате такие категории, как *Издёвка* и *Пошлость* [The Ethics of Humour... 2022], – скорее этические, нежели эстетические.

Имея дело с массмедийной коммуникацией, мы предпочли бы избегать универсализирующих этических категорий и непосредственных этических оценок. С нашей точки зрения, универсальные, национальные или даже индивидуальные этические принципы остаются весьма эфемерным конструктом – в социальной действительности мы имеем дело с некоторым множеством этических кодексов, которыми акторы овладевают по мере вхождения в социокультурные контексты, освоения социальных ролей и формирования идентичностей. Имеет смысл говорить о комических этикетах, их динамике, смещениях и трансформациях (иногда, наверное, деструктивных для сообществ).

В настоящей работе мы предлагаем описание одного из комических этикетов, функционирующих в массмедиа, причем путь к пониманию комического этикета открывает, с нашей точки зрения, эстетический анализ.

1. Базовая теоретическая конструкция

Подавляющее большинство известных нам работ о комическом отказываются от поисков фундаментального объяснения комического эффекта, внятного описания семиотического механизма, который делает смешным какой-то семиотический сегмент. Нередко исследователи, в частности лингвисты, удовлетворяются акцентированием одного

из аспектов комического феномена, например «субъективной модальности» в комическом тексте [Коняева 2021; Коньков 2021]. Мы попытаемся выстроить концептуальный аппарат на основе сложившегося у нас понимания основ смехового поведения.

1.1. Стратегия анализа. В англоязычной исследовательской литературе в качестве наиболее универсального обычно используется понятие *юмор*, в то время как в отечественной традиции юмор рассматривается как частный случай комического наряду с сатирой. Мы будем иметь в виду это разграничение и постараемся прояснить его смысл.

Чаще всего мы говорим о комическом произведении (рассказе, эпиграмме, романе, др.) или образе (Фальстаф, госпожа Простакова, Фома Опискин). Реципиент комического текста смеётся, однако, в конкретных «местах», над конкретными словами, а иногда даже звуками или знаками препинания. Закадровый смех в старомодных ситкомах и телеверсиях юмористических концертов отчётливо демонстрирует, что комическое дискретно. Поскольку все феномены поэтики имеют субстратную основу на уровне языкового знака, всякое «смешное место» можно локализовать в конкретном фрагменте речевой цепочки. Возникающее значение подлежит интеграции в тот или иной вторичный порядок (в художественной литературе вербальные знаки служат материалом таких конструкций, как фабула, герой, образ автора и др.). Соответствующее семиотическое значение и порожденный им комический эффект мы будем называть комизмом, что предполагает возможность употреблять данное понятие во множественном числе (по аналогии с такими терминами, как *архаизм, диалектизм, вульгаризм, прозаизм* и т. п.).

Нам прежде всего потребуется описать природу комического – причем таким образом, чтобы выявленный признак наблюдался на ограниченных участках семиотических текстур.

1.2. Природа комического. Нам известны два продуктивных пути к определению природы комического, которые мы условно назовем метадисциплинарным и интердисциплинарным. Первый заключается в том, чтобы, проведя анализ существующих взглядов на базовый признак комического, вывести наиболее общее и по возможности точное определение, которое покрывало бы все имеющиеся концепции, объясняло бы их как частные случаи искомой универсальной теории. На наш взгляд, лучше других теоретиков с этой задачей справился польский эстетик Богдан Дземидок (его исследование вышло в 1967 году на польском языке, русский перевод – в 1974-м). Интердисциплинарный подход ставит перед собой задачу осуществить интеграцию конкретных научных результатов, полученных в разных дисциплинарных полях, – такая интеграция, вероятно, должна иметь концептуальный центр (принадлежащий к области лингвистики, искусствоведения, нейронауки или иной дисциплины). Такого рода труд был выполнен А.Г. Козинцевым, который подыскал этимологический ключ к проблеме смеха и комического (на русском языке его монография опубликована в 2007 году, её существенно расширенная версия на английском – в 2010-м). Сопоставление результатов метадисциплинарного и интердисциплинарного анализов позволяет нам сформулировать целый ряд важных для нас положений.

1.2.1. Структурный признак комического. Согласно Б. Дземидоку, основу комизма составляет несоответствие «нормам, признанным субъектом, либо привычкам субъекта, его пониманию норм» [Дземидок 1974: 58]. В сущности, к тому же выводу пришел В.Я. Пропп [1999: 52]. Выводы А.Г. Козинцева также подтверждают предложенный подход, хотя основаны они на изучении смеха – универсального для человеческого вида сигнала, унаследованного нами от эволюционных предков.

На этимологическом уровне смех (или протосмех у приматов), судя по всему, маркирует *игровую*, шутивную агрессию (интереснейшим примером чего служит щекотка), он призван донести метасообщение – описать игровой характер данного псевдо-агрессивного действия, «несерьезность» угрозы. Само нападение может рассматриваться как сообщение, а смех – как метасигнал (сообщение о сообщении). «Итак, смех – это врожденный и бессознательный метакоммуникативный сигнал игры, но

не всякой <...>, а особой негативистской игры – “нарушения понарошку”» [Козинцев 2007: 110]. Игра в нарушение, в аномальность, в асоциальность – вот что представляет собой смеховое поведение в первом приближении.

Наиболее интенсивный характер носит именно человеческий смех: это природное явление не исчезает, а наоборот – необыкновенно усиливается при переходе в культуру как искусственную среду, сотканную из множества правил и символических подсистем. Протосмех был связан, прежде всего, с игровым нарушением правил внутригрупповой солидарности, человеческий смех – с нарушением бесконечно разнообразных правил языка и культуры. Смеховое поведение А.Г. Козинцев называет «игрой беспорядка»; мы могли бы ввести еще одну (более культурологизированную) формулировку: смех принадлежит сфере «игры в антикультуру». «Смех и есть игровой антагонист человеческого состояния и его основы – речи. Соответственно, юмор – игровой негатив культуры, общечеловеческой культуры в максимально широком смысле – той, что охватывает все существующие в разных культурах и подчас взаимоисключающие системы норм и запретов» [Козинцев 2007: 124-125].

Таким образом, всякое комическое основано на нарушении нормы, глубоко принятой субъектом. Назовём её Большой Нормой; этому термину в рамках нашей работы придается конкретное значение: это те правила и нормативы, отклонение от которых способно вызывать смеховую реакцию. По сути же, это нормативное измерение нашей символической вселенной.

1.2.2. Условие комического. Отклонение от Нормы является необходимым, но не достаточным признаком комизма. Аномалия может принадлежать, к примеру, эстетическим категориям ужасного или безобразного. Дополнительное условие смешного сформулировать, однако, не так просто. Б. Дземидок предлагает, так сказать, апофатическую (с использованием отрицания) формулировку: «Все комические явления... отвечают двум условиям: во-первых, любое можно считать в каком-то смысле отклонением от нормы, во-вторых, ни одно не угрожает личной безопасности познающего субъекта, не вызывает страха» [Дземидок 1974: 56].

По-видимому, безопасность и отсутствие страха в процессе «познания комического» связаны с тем, что все комические аномалии включены в контекст своеобразной игры, в которой субъект согласился принять участие. В связи с этим А.Г. Козинцев всячески подчеркивает субъективный характер юмора: «Поняв замысел говорящего и согласившись быть одуроченными, мы смеемся. Если не соглашаемся – не смеемся» [Козинцев 2007: 15]. «Именно в нашем собственном поведении, а не в объекте, как обычно думают, и заключено комическое противоречие» [Козинцев 2007: 16]. По-видимому, этот момент комической коммуникации современные лингвисты и стремятся концептуализировать посредством категории «субъективная модальность».

Предметное значение чистого юмора А.Г. Козинцев называет «миром третьей референции». В основном дискурсы (разговорные, научные, публицистические и др.) отсылают нас к реальности, претендуют на непосредственную связь с пространством и временем, в которых пребывают люди («первая», то есть основная, референция). Тексты искусства отсылают к своеобразному художественному миру, в котором живут вымышленные герои и который является эстетическим отражением реальности, отсылает к реальности по правилам художественной условности. Художественная речь обычно строится на принципе «вторичной» референции. Совсем не так обстоит дело с большинством шуток и анекдотов: они не претендуют на отражение мира – чистый юмор обращён на себя. Речь и культура в таких текстах намеренно «выведены из строя» и теряют как непосредственную, так и опосредованную связь с тем, что мы считаем действительностью. Создаваемый здесь алогичный, неправильный, фрагментарный и полный случайностей мир можно назвать «третьей референцией».

Таким образом, комизм возникает, когда субъект наблюдает и/или разыгрывает отклонение от Большой Нормы, которое воспринимается им в особом смеховом регистре, в известном смысле антагонистичном «серьезной» речи.

1.2.3. Проблема типологии комического. «В свете данных о филогенезе смеха внутренняя противоречивость данного явления становится еще очевиднее. На сознательном уровне сатирик убежден, что нападает на свой объект с полным правом, однако своим смехом он бессознательно сигнализирует, что считает свои нападки неправильными и просит не принимать их всерьез. Сатира, таким образом, есть “правильное неправильное поведение”, то есть невозможна по определению» [Козинцев 2007: 126]. В дальнейшем А.Г. Козинцев даже относит сатиру к формам «декарнализации» – «перерастания игровой агрессии в подлинную» [Козинцев 2007: 219]. В то же время, по мнению ученого, «самое большее», чего может достичь сатирик с помощью смеха, – «низвергнуть человека с пьедестала, лишить его всяческих прав на особость, но не затем, чтобы “уничтожить” его, а лишь затем, чтобы уравнивать его с другими людьми» [Козинцев 2007: 221]. Таким образом, комическое подразделяется на два типа: «правильный» (юмор), когда субъект наслаждается игрой беспорядка, и «неправильный» (сатира), когда субъект осложняет эту игру избыточной агрессией.

В этом пункте мы не можем согласиться с мнением исследователя. Когда мы имеем дело, например, с литературными текстами, феномен двойного кодирования и параллельных регистров восприятия представляется нам вполне законным; больше того, всякий медиапродукт, особенно произведение искусства, может программировать одновременность эмоций, которые не сочетаются друг с другом в один момент времени; медиа – это в первую очередь семиотические конструкции, а не этологические паттерны. Следует признать, что форма, которую А.Г. Козинцев называет юмором, в структурном отношении проще, поскольку она предполагает только смеховую игру, в то время как сатира надстраивает над нею этаж социальной рефлексии.

Б. Дземидок дает более развернутую типологию комического; последняя в его книге представлена в виде древа понятий [Дземидок 1974: 91], которое выглядит следующим образом:

КОМИЧЕСКОЕ

1. Комизм простой (фарсово-водевильный) – *«однородный по эмоциям, не содержащий интеллектуальных и оценочных элементов».*

2. Комизм сложный

2.1. Комизм юмористический: *«моменты одобрения уравновешены с моментами отрицания, иногда первые преобладают».*

2.2. Комизм неюмористический (неодобрительный)

2.2.1. Комизм сатирический – *«общественно активный, активно борется со злом с позиций определенного идеала»*

2.2.2. Комизм несатирический – *«агрессивный, едкий, не обладающий, однако, общественной активностью», «не служит борьбе за осуществление определенного общественного идеала».*

Обращает на себя внимание эксплицированный момент эстетической оценки. Автором выявлено – на вершинах/тупиках «древа» (1, 2.1, 2.2.1 и 2.2.2) – 4 типа комизма, два из них: «простой» (1) и «несатирический» (2.2.2) – получили уничижительные оценки, в результате чего при анализе так называемой «большой литературы» типология может быть сведена к юмору как комическому, в котором присутствует одобрение, и сатире, которая рассматривается как вооруженная комическими приемами форма протестного активизма.

Рассмотрим первый уровень схемы (1 – 2): «комизм простой» – «комизм сложный». Очевидно, что именно здесь располагается то противопоставление юмора и сатиры, которое предложено А.Г. Козинцевым, не учитывающим, однако, разнообразные типы осложнения смеховой игры. Идея о некоем одобрительном типе смеха столь сильна, что тот же

А.Г. Козинцев приписывает юмору функцию «очеловечения»: так, будто бы «Чаплин вопреки замыслу очеловечивал Гитлера» [Козинцев 2007: 221]. Итак, категория «юмор» оказывается полисемичной, её используют для обозначения как «комизма простого», «чистого», так и комизма, в котором интерпретаторам видится «одобрение», «очеловечение» или просто слабый накал отрицающего пафоса. Сатира же чаще всего определяется однозначно – как обличающий комизм, в то же время некоторые насмешливые, «едкие» образцы комики иногда трудно сочетаются с существующим в сознании теоретика эталоном сатиры.

1.3. Предварительные выводы. В дальнейшем мы будем придерживаться следующих тезисов: 1) всякий комизм основан на отклонении от Большой Нормы; 2) это отклонение имеет значение в контексте интересубъективной игры в антикультуру; 3) такого рода игры бывают простыми (безрефлексивными) и сложными (обладающими той или иной идеологической нагрузкой); 4) поле сложных комизмов не получило до настоящего времени концептуального описания, в связи с чем традиционные концепты *сатира* и *юмор* требуют, по меньшей мере, переосмысления.

Мы склоняемся к тому, чтобы присвоить категории *юмор* значение чистой игры беспорядка, простой комики, а категории *сатира* – комики сложной, в проявлениях которой «насмешливый смех» (термин В.Я. Проппа) занимает, однако, столь видное место, что другие типы осложнения смеховой игры могут выпасть из поля зрения теоретиков.

2. Разновидности комизма и комический этикет

Простая комика, то есть лишённая смысловой нагрузки смеховая игра, менее всего подвержена этической оценке. Впрочем, возможны этикетки, которые исключают всякое комическое, как и системы, в которых простая комика отвергается как социально безответственная. Комика сложная (осложненная) всегда будет вызывать вопросы типа: *уместно ли смеяться над этим предметом?* Чтобы ответить на подобный вопрос, необходимо разбираться в типах осложненной комики, то есть учитывать, что смеяться по поводу всякого предмета можно, так сказать, по-разному.

2.1. По ту сторону насмешки. Чтобы разобраться в комизмах, выходящих за рамки традиционных представлений о сатире как «борьбе со злом», необходимо обратиться к смеховедческим трактатам таких авторов, как Жан-Поль (Рихтер), Зигмунд Фрейд или Михаил Бахтин. Каждый из них раскрывал смысловые потенциалы смехового поведения, не сводимые к обличительной интенции.

Юмор в трактовке Жан-Поля подрывает нашу символическую вселенную как таковую: юмористические отклонения от Нормы призваны ниспровергнуть саму Норму. «Ничтожащая, или бесконечная, идея юмора» [Жан-Поль 1981: 152] глубже всего воплощена в образах шутов и безумцев из произведений Шекспира и Сервантеса. «Юмор нисходит во ад, чтобы вознестись на небеса» [Жан-Поль 1981: 152]; он обладает, таким образом, специфической амбивалентной инфернальностью: «Дьявола, как настоящий вывернутый наизнанку божественный мир, как огромную тень мира, которая именно потому и рисует очертания самого мира, легко можно представить величайшим юмористом...» [Жан-Поль 1981: 153]. Среди высших проявлений юмора Жан-Поль называет современный радикальный скептицизм и, к примеру, «празднества дураков, какие бывали в средние века», где достигался благотворный хаос светского и духовного, всех сословий и состояний [Жан-Поль 1981: 155].

Очевидно, что романтическая концепция юмора не просто предвосхищает бахтинскую теорию карнавального смеха, но является её прямым источником: мы встретим в бахтинских текстах не только близкие формулировки, но и те же самые примеры. М.М. Бахтин, конечно, придает этой романтической идее совершенно иную степень историко-культурной детализации и целый ряд радикально новых поворотов, но сохраняет противопоставление универсального, амбивалентного, ренессансного по духу смеха всем остальным формам

комического – как частичным, «редуцированным» (в формулировке Бахтина). Можно выделить два фокуса бахтинского учения о смехе: мениппею и карнавал. В «Проблемах поэтики Достоевского» раскрыта концепция менипповой сатиры (мениппеи) [Бахтин 1994], а книга о Рабле целиком посвящена карнавалу и карнавализации [Бахтин 1990]. В исследовании мениппейной традиции М.М. Бахтин обращается к ряду античных писателей, большая часть из которых (на что Бахтин, правда, не указывает) принадлежит философской школе киников – как Менипп, Антисфен, Бион Борисфент – или обнаруживает к ней близость (как Лукиан и Варрон). В текстах этих авторов комический компонент подчинен философскому анализу и призван опровергнуть когнитивные привычки обывателя. Говоря о карнавализации, Бахтин в большей степени раскрывает тему мифологического хаоса и архаической концепции тела как подлинных источников «народной смеховой культуры».

Фрейдовскую теорию мы раскроем более подробно, поскольку в ней объясняются те типы комического, которые весьма актуальны для комических этикетов современной культуры.

2.2. «Острота и её отношение к бессознательному». Исследование З. Фрейда (первая публикация – 1905 г.) занимает периферийное место в психоаналитическом «каноне», однако важное значение этой работы для развития аналитических концепций известно. «... психоанализ заявляет о себе как о принципиально новом типе обращенности к субъекту и обращения с ним. Этот новый тип обращенности движим пафосом Просвещения. Фрейд, как и Кант, видит единственный путь развития в обретении самостояния и способности мыслить. Но, в отличие от Канта, он полагает, что человеку можно в этом помочь, предоставив ему возможность необычного разговора с Другим <...>. Этот разговор вполне можно было бы назвать трансцендентальным, поскольку его характерной чертой является не обмен сообщениями, а производство смысла, или, более точно, разговор этот предполагает строительство такой ситуации, где рождение мысли становится возможным» [Савченкова 2019: 6]. Тема остроумия возникает в исследованиях Фрейда, когда он самым решительным образом принимается за разработку проблематики субъекта, общения, глубинных уровней мыслепорождения. Именно в этом проблемном поле следует читать монографию об острогах.

Наиболее продуктивной представляется интерпретация учения Фрейда в лаканистской перспективе – в рамках той версии психоанализа, где базовыми теоретическими концептами, наряду с такими специфическими категориями как *бессознательное*, *влечение*, *повторение* или *перенос*, выступают понятия *субъект*, *дискурс*, *означающее*, *Другой*. Проработка, реинтерпретация в этом ключе книги об остроумии была осуществлена Жаком Лаканом в пятом цикле его Семинара («Образования бессознательного», 1957/1958). Французский мыслитель обращает особое внимание на детальный анализ означающих в исследовании Фрейда, на проделанную Фрейдом гигантскую работу по интерпретации анаграмм, алогизмов, грамматических и семантических сдвигов. Лакан настаивает на близости фрейдовского анализа литературоведческому формализму [Лакан 2002: 23] и находит, что психоанализ связан с филологией внутренне, органически [Лакан 2002: 29]. Согласно Жаку Лакану, субъект существует в своеобразной символической реальности, в образовании которой, наряду с Реальным, участвуют Символическое и Воображаемое. Можно сказать, что реальность субъекта всегда разворачивается в поле взгляда, слуха, голоса кого-то другого. Эту постоянно присутствующую, конституирующую реальность фигуру Лакан называет *Большой Другой*. Проблематика Большого Другого обнаруживается в «Остроте...» там, где Фрейд описывает фигуру *третьего* (о чем ниже). Таким образом, работу Фрейда можно рассматривать как фундаментальное методологическое сочинение, чей вклад в собственно теорию комизма остается, однако, невыясненным.

Фрейдистский способ мыслить о словах и скрытых мотивах сказанного позволяет обнаружить проигнорированный другими теоретиками тип комического – сальность, скабрезность. Удовольствие от скабрезной шутки Фрейд связывает с символической

реализацией сексуального (запрещенного социальной нормой) действия; Фрейд, впрочем, прибегает здесь к привычным для него понятиям о вытеснении и цензуре [Фрейд 2019: 110]. Примерно таков же механизм наслаждения остротой *враждебной*: в ней говорящий позволяет себе агрессию. Таким образом, одной из основных функций остроты выступает условная отмена Нормы для символической реализации получаемых от этого выгод (получить символический/воображаемый доступ к «недоступным источникам удовольствия» [Фрейд 2019: 112]). Ход размышлений Фрейда заставляет допустить, что острота «пригодна для посягательств на всё великое, достойное и могущественное, защищенное от прямого дискредитирования внутренними сдерживающими факторами или внешними обстоятельствами» [Фрейд 2019: 114]. Такие остроты Фрейд называет *циничными* [Фрейд 2019: 120].

Итак, острота (вербально выраженный комизм) имеет своей функцией приостановку символической реальности либо в исключительно рекреационных целях (что, как нам кажется, Фрейд постоянно подразумевает, но не эксплицирует), либо с целью удовлетворения «незаконного» желания под видом рекреационного наслаждения игрой в аномалии. Последнюю функцию мы, пользуясь лексиконом самого Фрейда и его последователей, предлагаем называть перверсивной, имея в виду, что интерес комического высказывания в этом случае связан с запретом и запрещенным. Отметим, кстати, что и Лакан указывает на связь объекта остроты со сферой табуированного [Лакан 2002: 138, 147].

Судя по всему, острота всегда заключает в себе комическую игру ума, высоко ценимую в светском общении, в рамках которого невозможны ни прямые инвективы, ни откровенная эротика, ни цинические замечания. Острота сохраняет двусмысленность: она может играть с волнующей говорящего темой, однако сохранять потенциал прочтения в регистре чистой игры. В этом острота близка к эпиграмме (по Жан-Полю, эпиграмма – это «межевой камень» между сатирой и чистой/простой комикой [Жан-Поль 1981: 140]). Эпиграмма и острота могут рассматриваться как поэтический и прозаический корреляты друг друга в системе малых речевых жанров светского общения.

Субъект перверсивной скабрёзной остроты символически взаимодействует с объектом своего сексуального желания, однако этот символический акт может совершаться только при посредстве третьего – в пространстве интересубъективной игры: я могу заполучить *его* лишь в месте диалога с *тобой*. «Таким образом, сама по себе острота – это двуличная шельма, одновременно служащая двум господам. Всё, что нацелено на получение удовольствия, рассчитано в остроте на третье лицо, как будто у первого человека на пути к нему стоят внутренние непреодолимые препятствия. Таким образом, создается впечатление обязательности присутствия этого третьего человека для завершения процесса остроты» [Фрейд 2019: 168].

На наш взгляд, этот «третий» важен именно потому, что комическое работает в пространстве Другого, поскольку лишь в его присутствии работает Норма. Кроме того, Другой соглашается своим явным или неявным смеховым сигналом признать комическую аномалию особым сообщением, а не коммуникативным сбоем. «... именно санкция Другого отличает остроту от, скажем, такого явления, как симптом в чистом его виде» [Лакан 2002: 50]. Перверсивный смех ищет наслаждения не посредством игры с Другим, а в переигрывании Другого (в отмене Нормы): «Именно постольку, поскольку удастся субъекту удивить, заставить врасплох Другого своей остротой, пожинает он плоды удовольствия...» [Лакан 2002: 141].

2.3. Смеховой дискурс. Попытаемся обобщить полученные результаты, предложив схематичное описание тех феноменов, которые зафиксированы в теоретических трудах Жан-Поля, Зигмунда Фрейда и Михаила Бахтина. Можно считать установленным, что комическое существует в двух видах: простом, «чистом» – и осложненном, «тенденциозном». Важно подчеркнуть: во втором случае речь идет отнюдь не о сочетании юмора с различными видами пафоса в рамках одного произведения – обсуждаемая идеологическая надстройка над

смеховой игрой («тенденция») не просто взаимодействует с комической аномалией, но через неё и реализуется. Например, в сатире обличительного типа аномалия выступает образом обличаемого объекта.

Поле сложной комедики представляется крайне разнообразным и не поддающимся строгим классификациям. Мы ставим перед собой задачу изобрести такую схему, которая а) схватывала бы попавшие в поле нашего зрения феномены, б) основывалась на базовом признаке смешного/комического и с) работала бы при микроанализе – интерпретации отдельных комизмов.

2.3.1. Потешная математика. Смеховой дискурс представляет собой тексты культуры, имеющие явные следы нарушения Нормы (большой Нормы — ментальной, «овнутрённой» и глубоко воспринятой субъектом). Схематически ядро смехового текста можно определить формулой: aN .

Метакоммуникативный сигнал (смех в буквальном значении – «громкий» или «сдержанный») позволяет нам распознать смеховой регистр аномального сообщения. Сигнал этот, однако, может и не звучать, а лишь подразумеваться. Этот регистр мы схематично обозначим множителем $*(-p)$, как бы подчеркивая, что речь идет о явлении, антагонистичном «нормальной» речи (p).

Таким образом, формулу простого комизма можно представить следующим образом: $aN*(-p)$ – это сообщение, противоречащее большой Норме и интерпретируемое в регистре антикультуры. Формула комизма с тенденцией, вероятно, окажется более изящной: здесь аномалия прочитывается одновременно в двух регистрах: $aN*(p;-p)$.

Каким образом может быть реализовано сочетание $(p;-p)$? Нам известно несколько базовых сценариев, каждый из которых можно описать как символическую стратегию смеющегося субъекта (S):

1) инвективный (горацианский, насмешливый) тип: посредством смеха маркируется аномальный объект, который затрудняет функционирование символической вселенной, а потому подлежит отрицанию, $-S$ отвергает aN и выступает в интересах N ;

2) кинический (мениппейный, деконструирующий, скептический) тип: аномалия атакует символическую вселенную, которая подлежит отрицанию, $-S$ идентифицируется с aN и отвергает N ;

3) перверсивный тип (скабрзность, агрессия, цинизм): смеховая игра приобретает двусмысленный характер, когда комическое позволяет символически реализовать «аномальное» в рамках символической вселенной желание, $-S$ приостанавливает действие N и преследует aN как объект своего интереса;

4) мифологический (карнавальнй) тип: смеховые игры выступают как мифоритуальные комплексы, а аномалии кодируют объекты, лежащие по ту сторону символической вселенной (её «обитаемой» части), $-S$ покидает поле N и попадает в зону aN (маргиналии мироздания, преисподняя, первоначальный хаос).

Во всех случаях мы наблюдаем противоречие $aN - N$, которому сообщается идеологическая нагрузка. Сложный, тенденциозный смех не просто осуществляет отрицание символической вселенной, но вступает с ней в значимые, напряженные отношения.

2.3.2. Примеры. Мы постарались извлечь наглядный материал из одного произведения, традиционно рассматриваемого как сатирическое, – из романа М.Е. Салтыкова «История одного города».

Рекреационный комизм. Градоначальник Бородавкин вершит суд над инакомыслящим глуповцем Ионой Козырем: «... судил я тебя, Ионку, судом скорым, и присудил тако: книгу твою, изодрав, растоптать (говоря это, Бородавкин изодрал и растоптал)...» [Салтыков-Щедрин 1969: 419]. Само судилище и гневный экстаз Бородавкина предстают в насмешливом свете, однако мы хотим рассмотреть комический эффект, возникающий в повторении глаголов *изодрать* и *растоптать*. Комизм в подобных случаях связан с созданием семиотической путаницы, к которой располагает любой повтор. Здесь при

повторе происходит смена уровней описания: первый раз эти глаголы передавали речь персонажа, второй раз – его же действия. Легкое смещение грамматического облика усиливает эффект семиотической путаницы. Такого рода словесные игры чаще всего не отражают явления действительности, а, напротив, служат рекреационному эффекту.

Инвективный комизм. Мы знаем, что основным объектом обличения в щедринском романе выступают государственный аппарат и фигуры, его олицетворяющие. Между тем, немалое количество насмешек направлено в «Истории» на обличение нравов, образа жизни, поведения обывателей. «И Дмитрий не чаял души в Аленке, и Аленка не чаяла души в Дмитрие. Частенько похаживали они в соседний кабак и, счастливые, распевали там вместе песни» [Салтыков-Щедрин 1969: 307]. Аномалия заключена здесь в контрасте между идиллической темой любви и её реализацией через мотивы кабака и подблюдной песни. С нашей точки зрения, автор разоблачает низкий культурный уровень обывателя, опошление самых возвышенных чувств.

Кинический комизм. Градоначальник Бородавкин проводит разбирательство по делу Ионы Козыря, автора трактата «О водворении на земле добродетели». «Чёл я твою, Ионкину, книгу, – сказал он, – и от многих написанных в ней злодейств был приведен в омерзение. <...> Мнишь ты всех людей добродетельными сделать, а про то позабыл, что добродетель не от тебя, а от Бога, и от Бога же всякому человеку пристойное место указано. <...> Ежели есть на свете клеветники, тати, злодеи и душегубцы (о чем и в указах неотступно публикуется), – продолжал градоначальник, – то с чего же тебе, Ионке, на ум взбрело, чтоб им не быть? и кто тебе такую власть дал, чтобы всех сих людей от природных их званий отставить и зауряд с добродетельными людьми в некоторое смеха достойное место, тобою “раем” прoderзостно именуемое, включить? <...> И ежели все люди “в раю” в песнях и плясках время препровождать будут, то кто же, по твоему, Ионкину, разумению, землю пахать станет? и вспахавши сеять? и посеявши жать? и собравши плоды, оными господ дворян и прочих чинов людей довольствоваться и питать?» [Салтыков-Щедрин 1969: 418–419].

Нам кажется смешным, что градоначальник приведен «в омерзение» невинными размышлениями о христианских добродетелях и райском существовании. Неспособность его отличить мечтательные писания от еретических и революционных сочинений кажется на первый взгляд объектом высмеивания. Между тем, авторская интенция здесь, весьма вероятно, сложнее. Испытанное Бородавкиным негодование вполне закономерно: наиболее привлекательные аспекты христианского мирозерцания находятся в глубочайшем противоречии с социальным порядком и принятым способом его легитимации (всё сущее – от Бога). Таким образом, глупость Бородавкина куда последовательнее, чем усвоенная обывателем фарисейская мудрость, эта глупость призвана поколебать принятую Норму.

Перверсивный комизм. Сначала приведем пример, который не содержит комики перверсивного типа. Своеобразный эротический подтекст (скрытый за «эзоповским» изображением, фантастичностью и двусмысленностью происходящего) присутствует в следующем фрагменте:

«Произошло несколько сцен почти неприличных. Предводитель юлил, кружился и наконец, очутившись однажды с Прыщом глаз на глаз, решился.

– Кусочек! – стонал он перед градоначальником, зорко следя за выражением глаз облюбованной им жертвы.

<...> Глаза его сверкали, брюхо сладостно ныло. Он задыхался, стонал, называл градоначальника “душкой”, “милкой” и другими несвойственными этому сану именами; лизал его, нюхал и т. д.» [Салтыков-Щедрин 1969: 369].

Объектом обличения выступают здесь нравы бюрократического сообщества – «содомский грех». Обсуждение этого вопроса в публичной печати было явным образом табуировано – эзоповская манера позволила автору высказаться на этот счёт. Эту сцену мы, однако, не рассматриваем как образец перверсивного комизма, поскольку поэтика её

основана на тайнописи и эвфемизме и у нас нет оснований говорить об экспликации потаенных агрессивных или сексуальных желаний автора. Мотив перверсии далеко не всегда реализует перверсивный тип комизма.

Между тем, роман читался современниками в духе перверсивного сценария – в тех местах, где насмешка имеет своим объектом «народ». В рамках литературной культуры «шестидесятых» столь язвительный образ народа («головотяпы», «глуповцы») даже потребовал от писателя объяснений с публикой, в ходе которых Салтыков заверял читателей, что сам он предан идеалу демократизма.

Мифологический комизм. «... объявлено было против Дуньки-толстопятой общее ополчение» [Салтыков-Щедрин 1969: 302]. Комизм здесь заключается в несоответствии масштаба угрозы (Дунька) реакции на неё (общее ополчение); необходимо учесть и возвышенные коннотации слова «ополчение» в русском литературном языке. Мы считаем этот пример лишенным инвективно-сатирической направленности. Можно было бы увидеть здесь намек на слабость, трусливость, неистовую озлобленность народной массы (и этими мотивами полон как весь роман, так и процитированная глава романа), однако по сюжету Дунька действительно обладает огромной физической силой и причиняет Глупову большие неприятности. Иными словами, комическое несоответствие объясняется здесь игрой авторского воображения, однако создаваемый образ снабжен мифологическим кодом.

Амбивалентный образ женщины в смеховой литературе нередко получает бытовую мотивировку: «Злая и злообразная жена – это свой мелкий и подручный домашний антимир, многим знакомый, а потому очень действенный» [Лихачев 1984: 25]. В смеховом мире оно связано со стихией преисподней, воплощенным хаосом. Женщина имеет тесную связь с иным миром и особую власть над комическим демоном (чертом) [Даркевич 2004: 156-165]. «Злая жена» нередко выступает в качестве атрибута Трикстера: классическое литературное воплощение этого смехового топоса дает Даниил Заточник, образ которого явно имеет скоморошеские черты (ср. «карнавализованные» легенды о Сократе и Ксантиппе).

Стихия хаоса персонифицируется в женских персонажах «Истории одного города». Градоначальницы наделены уродливой внешностью и преувеличенной (не женской) силой: Ираида Лукинишна Палеологова имеет устрашающую наружность («с лицом темно-коричневого цвета, напоминавшим старопечатные изображения» [Салтыков-Щедрин 1965: VIII, 293]); «Амалька» и «Клемантинка де Бурбон», которая «любила пить водку и ездила верхом по-мужски» [Салтыков-Щедрин 1965: VIII, 294], разрывают друг друга в клочья. «И Дунька, и Матренка бесчинствовали несказанно. Выходили на улицу и кулаками сшибали проходящим головы, ходили в одиночку на кабаки и разбивали их, ловили молодых парней и прятали их в подполья, ели младенцев, а у женщин вырезали груди и тоже ели» [Салтыков-Щедрин 1965: VIII, 301]. Дунька Толстопятая, «вооружившись пушкой, стреляла из нее как из ружья» [Салтыков-Щедрин 1965: VIII, 303]. Само семидневное безначалие, когда градоначальницы бесчинствуют в городе, можно сравнить с символизмом масленичной недели, воплощавшей возвращение мира в хаос и сотворение космоса заново (вспомним и ритуальное сжигание чучела – тоже скорее женского персонажа). Таким образом, аномалия *общего ополчения* на Дуньку отсылает к альтернативной вселенной – миру масленичного хаоса.

2.4. Комический этикет. Мы предположили, что различные пространства комической коммуникации – такие как народная праздничная площадь, светская гостиная с её остротами и эпиграммами, группа (паблик) в социальной сети и т. п. – обладают собственными комическими этикетами, которые было бы неверно отождествлять этическими принципами личности или социальной группы. Мы предлагаем следующую стратегию описания комических этикетов: 1) выявление основных, доминирующих в данном комическом дискурсе тем (лейтмотивов), то есть жизненного материала, из которого строятся комические

аномалии; 2) определение тех типов комизма (рекреационный, насмешливый, кинический, перверсивный, мифологический), которые доминируют при обработке каждой ведущей темы; 3) описание экстраэстетических и экстралингвистических факторов, повлиявших на формирование этикета на данной площадке комической коммуникации.

Далее мы применяем наш инструментарий к анализу конкретного медийного продукта – достаточно, на наш вкус, тривиального. Нам интересны в данном случае не комические образы или приемы, а этикет – проявленные в комике неписанные правила, дозволенное и одобренное в данной сфере массовой коммуникации.

3. Кейс: «Клуб веселых и находчивых»

Телевизионные юмористические игры «Клуб веселых и находчивых» (КВН) на протяжении десятилетий являются своеобразной фабрикой подготовки сценаристов и артистов комедийного жанра (стэндап-комиков, актеров отечественных ситкомов), а также площадкой отработки репертуара комических приемов. Победителем игр сезона 2021 года стала Сборная команда КВН Пермского края. Мы проанализировали телевизионные выступления команды (включая номера на музыкальном шоу «Голосящий КиВиН») на предмет основных типов комизма и лейтмотивов комических сцен. Лидерство Пермской сборной в 2021 году мы оцениваем как социальный факт: создатели шоу нашли комику данной труппы превосходной и тем самым одобрили её темы и приемы к воспроизводству.

Игры КВН носят театрализованный характер, поэтому любой пересказ или стенограмма представления в существенной степени обедняют комику данного шоу. Игроки КВН знают, что ценность имеет хорошо «отыгранная» шутка, поэтому качество юмора в рамках игр бессмысленно пытаться оценить посредством анализа вербального текста. Между тем, в наши задачи входит исследование употребленных комических структур, а не комплексная эстетическая оценка.

КВН – продукт Первого канала российского телевидения. Как и другие проекты данного медиа, юмористические игры подчинены некоторым стандартам и цензурным правилам. Естественно, что формат КВН весьма ограничивает политическую сатиру, скабрзность и черный юмор. Иными словами, оценивая этику и этикет шоу, мы имеем дело с тем, что дозволено телевизионным мейнстримом, «одобрено» в рамках цензурной матрицы одного из главных медиа страны. Именно этот фактор мы считаем конституирующим для комического этикета КВН.

Задача команды КВН не только сделать смешное и удовлетворяющее стандарту Первого канала шоу, но и представить свой регион, вуз или статусную группу (например, мигранты). Очевидно, что Сборная КВН Пермского края не является релевантным носителем региональной «смеховой культуры», однако в выступлениях команды прослеживается задача создавать и укреплять массмедийный образ пермского юмора – репрезентировать город и регион в «мире третьей референции». Здесь мы можем увидеть не то, как «пермяки шутят» (ответственность за итоговый продукт несет сложно организованный коллектив, в том числе состоящий из продюсеров, сценаристов и режиссеров), но то, каким видит пермский юмор федеральный зритель.

В дальнейшем цитируется видеозапись с хостинга YouTube [КВН Сборная Пермского края... 2022].

3.1. Анализ. Самопрезентация «веселых и находчивых» пермяков эксплуатирует из выступления в выступление несколько тем:

1) Образ неустроенной провинции, во многом контрастный столице. Кульминацией этой темы становится песня, посвященная Москве, с рефреном: «*Потому что нельзя быть в России красивой такой!*» Образ Перми представлен в другой песне, по сценарию отредактированной лично губернатором Пермского края. Всё описание города было подвергнуто цензурному изъятию, так что, например, начало песни выглядит так: «*Отчего*

так в Перми все дороги?.. – Нельзя». Центральным персонажем всех выступлений является Игорь Саныч – провинциал из Перми, несколько нагловатый и циничный, отчасти воспроизводящий стереотипный образ гопника с городских окраин. «... электронная сигарета: кнопку нажимаешь – и куришь. Игорь Саныч: – Ааа, как в лифте». Игорь Саныч выступает против включения в шоу детских сказок (таких как «Волшебная лампа Аладдина»), а подлинной «классикой» считает телесериал «Бригада». Персонаж часто высказывается о своем нежелании возвращаться в Пермь и намерении остаться в Москве, где проходят съемки телепередачи.

2) Образ странных и эксцентричных комиков. Сама команда называет себя «худшей сборной Пермского края», подчеркивая в сценических образах физические недостатки, косноязычие, ментальные отклонения. Например, персонаж Настя – девушка в больших очках и с высоким голосом – демонстрирует свою сексуальную озабоченность. «Ой, ребят, а я Лазарева [поп-певца Сергея Лазарева] себе совсем другим представляла... Голым». «Ребят, а я Меладзе другим представляла... Голым». «Привет, я Настя. Приглашаю всех после концерта на оргию». Впрочем, здесь важна скорее эксцентрика образа, не ограниченная сексуальной темой: «– Чем будем москвичей радовать? – Я вчера на кладбище была. – Насть, какое кладбище, умер кто? – Как выяснилось, много кто».

3) Тема клиентистских отношений с региональной властью. В серии выступлений (от первой игры до финальной) развивается тема взаимоотношений Сборной с администрацией губернатора Пермского края, который якобы лично заинтересован в успехе команды. В начале финальной игры звучит закадровый голос: «Офигеть! Вот это дичь! Никогда в них не верил. Хотя, как губернатор, должен был». Здесь использован целый ряд комических аномалий: серьезный закадровый голос сбивается на нелитературную речь; оказывается, что закадровым голосом говорит губернатор края; губернатор произносит такие слова как «офигеть» и «дичь»; возникает комическая отсылка к предыдущим выступлениям, в которых губернатор постоянно упоминается. Здесь, по-видимому, комика ориентирована на регионального потребителя. Пермского губернатора Дмитрия Махонина, действительно, считают любителем игр КВН. Обыграна в ряде выступлений и его низкая узнаваемость: Игорь Саныч не знает, как выглядит Дмитрий Николаевич.

4) Пермское городское просторечие. На общероссийскую аудиторию ориентированы речевые особенности сценических персонажей. Они окают, говорят исключительно «чо» вместо «что», явно злоупотребляют городским просторечием. В одном из выступлений демонстрируется региональный новостной сюжет: «Пермь стала первой в весьма сомнительном рейтинге мата...» После этого один из персонажей обращается к сидящему в зале Сергею Шнурову (знаменитому автору и исполнителю остроумных «матерных» песен): «Что нам делать дальше, учитель?»

Если мир третьей референции – это всегда в известном смысле антимир (мир навыворот), то можно говорить о создании антибренда региона – набора мотивов, которые позволяют представить город и край в узнаваемом и смешном облике. Такое комическое антибрендинг задает мотивы 1) неблагоустроенной и малокультурной провинции, 2) смешных, но по-своему трогательных и обаятельных жителей, 3) своеобразного уральского «султаната», в котором авторитет региональной власти незыблем, 4) пермской речи (того, что Т.И. Ерофеева предлагает называть локализмами в городской речи пермяков [Ерофеева 2020]).

В целом комика Сборной Пермского края ожидаемо носит рекреационный характер. Достигается это за счет самореференциальности шутки: персонажи обращаются к ведущему программы Александру Маслякову, к его сыну, к генеральному директору Первого канала Константину Эрнсту, присутствующему на всех играх, а также к бессменному члену жюри кинорежиссеру Юлию Гусману. Отметим, что такого рода

обращения составляют чуть ли не общеобязательный фонд шуток для всех выпусков КВН на протяжении десятилетий. Повторяются и темы, заданные самой командой (буквальные повторы шуток, создающие автономный мир игры). Не обошлись артисты без шутки про тещу (сценический персонаж на мотив песни Владимира Преснякова «Зурбаган» поет: «*На Балтийском море ураган, / Посадил я тещу на банан, / И куда-то в сердце урагана / Я кричу ей: До свиданья, мама!*») и злую жену (Игорь Саныч по телефону признается жене в любви, что заканчивается семейной ссорой). Семейная топика весьма распространена в телевизионных комических шоу.

Яркий образец рекреационного юмора представлен финальным выступлением команды. По сюжету артисты готовились показать музыкальную сказку «Снежная королева», однако Игорь Саныч еще на первой игре обещал директору Первого канала Константину Эрнсту показать представление по мотивам фильмов «Брат» и «Брат 2». В итоге перед зрителем разворачивается буффонада: Данила Багров (герой кинолента, а здесь – брат Кая, похищенного Королевой мальчика) расстреливает из пулемета обитателей ледяного царства (в том числе дюжину снегурочек), а затем, обратившись к Снежной королеве со словами: «*Кто брата тронет – завалю!*», – стреляет в неё из обрезка. Комические аномалии здесь основаны на эстетической, тематической, стилистической дистанции между цитируемыми произведениями, а также на трансформации героев сказки в узнаваемых персонажей культового кино (Кай превращается в бессмертного героя Виктора Сухорукова – киллера по прозвищу Татарин).

К разряду невинных шуток авторы, очевидно, относят и подтрунивания над избыточным весом персонажей. На сцене почти постоянно присутствуют мужской и женский (Лена) персонажи, репрезентирующие эту тему. Приведем фрагменты диалогов с участием этих персонажей: «– *Я из армии приехал... – ... Хренасе! И где это у нас щас так спокойно?!*»; «... *мальчик и девочка из бедной семьи. – Эти, что ли, из бедной?!*» «... *доставка еды: сидишь дома – и тебе еду привозят. – Ааа, ты придумала?!*»; Игорь Саныч, глядя на толстяка на самокате: «*Хренасе, я издали подумал: пазик едет!*» Иногда комические несоответствия возникают и без артикулированной насмешки, например, когда пышная Лена появляется в образах восточной принцессы Жасмин, русалочки или девочки Герды. Здесь отметим, что, как бы ни рассматривались эти однотипные шутки авторами и артистами, они имеют перверсивный потенциал: столь настойчивое и часто адресно направленное высмеивание персонажами полноты может восприниматься (и функционировать) как дозволенное глумление.

В несколько ином ключе заявлена тема шоу-бизнеса. «– *Лобода [певица Светлана Лобода] в жюри?.. Я ж её фанат! – Да вы же ни одной её песни не знаете! – А она чо, еще и поет?*» Музыкальный талант певицы не интересует потребителя медиа, для которого единственное достоинство Лободы – сексапильность. Комическая аномалия (быть фанатом певицы, не будучи знакомым с её творчеством) здесь носит кинический/деконструирующий характер: выраженная малокультурным персонажем аномальная оценка вскрывает истинное положение дел. Еще одна насмешка над представителем шоу-бизнеса представлена в финальном выступлении, где контаминированы сюжет сказки о Снежной королеве и цитаты из культовых фильмов Алексея Балабанова «Брат» и «Брат-2». Глядя на высокого мужчину в костюме Снежной королевы, Игорь Саныч цитирует кинофильм: «*Не, Киркоров мне не нравится*». Здесь проявлено насмешливое отношение к склонности певца Филиппа Киркорова носить громоздкие и травестийные сценические наряды. Мы склонны полагать, что шоу-бизнес на российском телевидении выступает в качестве приемлемого, «одобренного» объекта насмешки. В сущности, высмеиваемые «звезды» являются звездами Первого канала, по правилам которого весь его неполитический контент может высмеиваться на площадках того же Первого канала.

Перейдем к комизмам, затрагивающим общественно-политические темы.

1. Пандемия коронавирусной инфекции. *«Смешно – это когда правительство, чтобы сохранить здоровье людям, дает им десять выходных».* В этом примере весьма причудливо сконструирован сатирический объект. На первый взгляд, нелогичны (аномальны) действия правительства, которое объявляет «карантинные каникулы». Источник же противоречия, однако, кроется в массовом образе жизни: выходные дни не идут людям на пользу (вероятно, намек на пьянство прежде всего). Здесь возникает как бы двойная направленность остроты: с одной стороны, юмористический контекст позволяет критиковать – на Первом канале! – антипандемические меры, с другой – объект критики смещается с «власти» на «народ». Первый аспект делает данный комизм перверсивным (желанное нарушение табу в рамках смеховой игры), но эта перверсивность смягчена за счет удачно выбранного объекта насмешки. Тема развивается, и уже в другом выпуске программы Игорь Саныч поет на мотив шансонной песни «Кольщик»: *«Кольщик, не коли мне Спутник-Ви,/ Лучшие – чудотворный крест с иконами!»* (в оригинале: *«Кольщик, наколи мне купола,/ Рядом – чудотворный крест с иконами»*). Вакцинация препаратом «Гам-Ковид-Вак» (торговое название *Sputnic-V*) сравнивается с нанесением наколок. «Народный» персонаж не желает вакцинироваться (тема эта не раз артикулирована в выступлениях Сборной), по-видимому, считая православную атрибутику более надежным средством защиты здоровья, чем векторная вакцина. Опять же, введение самой темы носит перверсивный характер (обсуждение вакцинации на центральном телевидении имеет свои ограничения), однако насмешка направлена на антивакцинную ментальность. Еще один пример. Игорь Саныч, мечтающий показать на сцене КВН образы из «Брата 2», приводит лысую девушку, внешне напоминающую проститутку Мэрилин из кинофильма. Поскольку девушка не прошла вакцинацию, QR-код сертификата ей нелегально приобрели. Лена возмущается: *«В стране бесплатная вакцинация, а они QR-коды за деньги делают! Вы чо, дебилы?!»* Мэрилин отвечает цитатой из фильма: *«No, we are Russians!»* Таким образом, объект сатиры всякий раз оказывается направлен не на антипандемические меры, но на сопротивление «народа» (*Russians*) этим мерам.

2. Демократия. Эта тема распадается на два мотива: политика запретов и несменяемость власти. *«... переносимся мы во дворец... – Так, про дворец нельзя. – Почему? – Объяснять тоже нельзя».* Слово «дворец» оказывается запрещено, поскольку ассоциируется с темой коррупции (политическая оппозиция заявляла, что огромный «дворец» в Геленджике является «взяткой» первому лицу государства). В другой сцене Игорь Саныч выносит на сцену коробку с коровьим навозом (здесь обыгрывается известная части пермской публики история с фестивалем по метанию навоза в Пермском крае), однако это вызывает подозрения полиции. *«– Там что-то запрещенное? – Ну, наверное, это последнее, что у нас в стране запретят».* В этой шутке свернуты два критических тезиса: 1) может дойти до того, что и навоз запретят, 2) дурное запретят в последнюю очередь. Тема несменяемости власти обыграна, на наш взгляд, остроумно. Сценический персонаж вертит в руках небольшой портрет президента России. *«– Смотрите, какой прикольный я себе магнит-переливашку взял с Путиным! – Ничо ж не меняется!»* На «переливашках» изображение меняется в зависимости от ракурса; назвав «переливашкой» портрет Владимира Путина, персонаж подчеркнул курьезность работы демократических выборов (там, где лицо должно меняться, оно остается прежним). Метафора, на наш вкус, является свежей и выразительной; отметим, однако, что гносеологический потенциал комического здесь не задействован: авторы не вскрывают новую для общественного восприятия аномалию, а эксплуатируют аномалию всем известную, понятную. Так же обстоит дело и в следующем примере: *«– Я должна отдать свой голос [ведьме] Урсуле. – Лена, ты в школе работаешь! Тебе уже сказали, кому отдать голос».* Очевидно, что здесь вновь задействован перверсивный механизм. Шутка является острой не потому, что она содержит оригинальное наблюдение, а потому, что она позволяет заявить острую тему.

3. Социальное неблагополучие. Терминатор попадает в русскую провинцию и, выполнив свою миссию, прощается с персонажами. Местный житель просит Терминатора остаться: «– Будешь вместо меня на завод ходить. – Нет, я должен самоуничтожиться. – Я тебе то же самое предлагаю». Классовое содержание шутки можно развернуть следующим образом: пролетарский труд является не просто самоуничтожением, но самоуничтожением робота (человек сведен к машине). В другой сцене персонажи вспоминают, что администрация губернатора ждет от Сборной победы: «– Перед нами руководство поставило практически невыполнимую задачу. – Жить в этой стране с ощущением, что всё хорошо?» Здесь социальная тема получает довольно тривиальное развитие, ставка вновь делается на остроту самой темы. Менее тривиально заявлено социальное противоречие между народом и правоохранительной системой. Полицейский обращается к Аладдину – бедняку из Багдада: «– Ты что здесь делаешь, нищеврод? – Слушайте, мы, может, зарплату силовикам прекратим поднимать? А то вон они как разговаривают!» Здесь комично не обличаемое (общественный и экономический статус «силовиков»), но внезапная перекодировка текста: речь, уместная в контексте сказки про Аладдина, интерпретируется посредством российского социального контекста. Такие комизмы мы называем «ложной сатирой» (когда комическое и социальная критика соседствуют, но не сливаются в одном объекте).

Анализ отдельных комизмов должен учитывать эстетическое целое. Юмористическое шоу в данном случае стремится создать эффект универсального смехового отрицания: высмеивается не только политическая или социальная реальность – комическому переворачиванию подвергаются и персонажи «из народа», в данном случае «смех направлен на самого смеющегося». В рамках телевизионного балагана/карнавала вся общественная повестка становится относительной, с чем мы склонны связывать массовую востребованность юмористических игр. Еще раз подчеркнем, что используемые термины (кинический смех, карнавализация) отсылают к культурно-историческим контекстам лишь постольку, поскольку в этих контекстах М.М. Бахтин когда-то обнаружил соответствующие феномены. Склоняясь к типологическому толкованию функций комического, мы считаем мало обоснованным взгляд на современные медиа-феномены как на воплощение традиции римских сатурналий, средневековых праздников или древнерусского юродства. Комическое, однако, способно сегодня выполнять примерно те же функции, при этом прямые сопоставления телепродуктов XXI века со смеховыми текстами традиционных обществ вызывают у автора настоящей статьи методологическое несогласие и эстетическое неприятие.

3.2. Выводы. Анализ выступлений Сборной Пермского края за 2021 год позволяет сделать некоторые выводы относительно комического этикета на исследуемой площадке:

1. Юмористические игры КВН на Первом канале обладают своеобразным этикетом комической коммуникации – стандартом юмора. Этот этикет складывается из ряда факторов: многолетней традиции игр, запросов аудитории Первого канала и цензурных правил данного медиа. Эти факторы легко объясняют основные элементы данного комического этикета.

2. Телевизионная комика на Первом предполагает преобладание рекреационного смеха – не нагруженного или минимально нагруженного идеологически. Рекреационный характер зрелища достигается за счет самореференциального контекста (команда КВН шутит о КВН, на Первом канале звучат шутки о Первом канале, пермяки шутят о Перми), а также набора смеховых топосов – комических общих мест, таких как нелюбимая теща, злая жена, лишний вес.

3. Многочасовые юмористические шоу призваны создать праздничное пространство универсального отрицания, где смех делает относительными все политические темы, зато представляет в качестве константы социального бытия простого человека с его нехитрыми потребностями.

4. В рамках этого образа возникают юмористические спецификации (комические антибренды, под которыми работают артисты). Так, складывается стереотип пермского юмора, в котором должно быть место комическим маскам гопника или блатного, городскому просторечию и теме малокультурной провинции. Подчеркнем здесь, что комический антибренд не следует непосредственно толковать как негативный бренд – здесь речь идет именно о тематической нише, которая отводится комикам из Перми.

5. Насмешливый/сатирический смех в этом рекреационном пространстве весьма ограничен: объектом его становится шоу-бизнес, образ жизни и мыслей «народа» (провинциалов, пролетариев, обитателей городских окраин), а также ставшие тривиальными для медиапространства реалии (несменяемость президента, действие цензурных запретов и проч.). Думается, здесь проявлены не те темы, которые «по-настоящему волнуют» массового зрителя, но скорее темы, уже попавшие в кругозор обывателя. При этом ставка делается не на изысканность или изобретательность подачи, но на само нарушение псевдо-запрета на обсуждение темы (перверсивный комизм).

6. Обращает на себя внимание, что в рамках комического этикета оказываются не только тривиальные шутки про тещу или гопника, но и насмешливое отношение к избыточному весу, к провинции (в противовес столице), к социальным низам (набившие оскомину намеки на массовое пьянство или, например, любовь обывателя к блатной культуре). Эти моменты представляются легко объяснимыми (зритель смеется над собой, смеется над понятным), мы лишь хотим отметить эту черту: приоритетным объектом насмешки выступает скорее субалтерн (подчиненный, слабый, ущемленный), чем доминирующий.

Наши выводы следовало бы фундировать посредством контактного и контрастного анализа, то есть рассмотрения материала в свете выступлений других игроков КВН и вообще юмора на Первом канале, с одной стороны, и в противопоставлении данных тенденций юмору на иных, не подчиненных этикету КВН, площадках (например, клубному стэндапу) – с другой. Нам, между тем, представляется (на основе собственного зрительского опыта), что такой анализ подтвердил бы наши наблюдения по крайней мере в общих чертах. Комический этикет «Клуба веселых и находчивых» мы описываем, опираясь на сложившиеся у нас представления о традиции телевизионных юмористических игр и о современном юморе в других форматах.

Заключение

Описание комического этикета следует отличать от анализа комического стиля. Последний должен учитывать разнообразие комических приемов и индивидуализированный отбор иных средств выразительности в комическом тексте. Исследуя комический этикет, мы можем остановиться на обзоре тематики и преобладающих функций комизма.

Описание комических этикетов современной культуры позволяет объяснить функционирующие вкусовые оценки и предоставляет аналитические данные для заключений об «уместных» и «неуместных» шутках. Говоря о последних, мы должны определить их функцию и оценить их в контексте комического этикета. Мы, кроме того, не исключаем возможность и необходимость администрирования юмора на этикетном уровне, управления трансформациями комических этикетов. В этой связи исследование этикета комических коммуникаций может иметь практическую ценность.

Список литературы

1. Бахтин М.М. Проблемы творчества Достоевского. 5-е изд. Киев: Next, 1994. 508 с.
2. Бахтин М.М. Творчество Франсуа Рабле и народная культура средневековья и Ренессанса. 2-е изд. М.: Художественная литература, 1990. 543 с.
3. Даркевич В.П. Светская праздничная жизнь Средневековья IX–XVI вв. Изд. 2, доп. М.: Индрик, 2006. 432 с.
4. Дземидок Б. О комическом / Пер. с польского С. Святского. М.: Прогресс, 1974. 223 с.

5. Ерофеева Т.И. Опыт исследования речи горожан: Территориальный, социальные и психологический аспекты. 2-е изд. М.: Ленанд, 2020. 136 с.
6. Жан-Поль. Приготовительная школа эстетики / Вступ. статья, сост., пер. и коммент. Ал. Михайлова. М.: Искусство, 1981. 448 с.
7. КВН Сборная Пермского края. Все номера 2021. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=DgQChXOR2b4> (дата обращения: 10.08.2022).
8. Кедровский И.А. Манипулятивные стратегии политического общения через призму комического // Актуальные проблемы гуманитарного образования. Минск, 2018. С. 145–155.
9. Козинцев А.Г. Человек и смех. СПб.: Алетейя, 2007. 236 с.
10. Коньков В.И. Комическое начало в публицистической медийной речи // Медиалингвистика. Вып. 8. Язык в координатах массмедиа: мат-лы V Междунар. научн. конференции (Санкт-Петербург, 30 июня – 2 июля 2021 г.) / науч. ред. Л.Р. Дускаева, отв. ред. А.А. Малышев. СПб.: Медиапир, 2021. С. 347–350.
11. Коняева Ю.М. Речевая репрезентация насмешки в медиатексте: категория персональности // Медиалингвистика. Вып. 8. Язык в координатах массмедиа: мат-лы V Междунар. научн. конференции (Санкт-Петербург, 30 июня – 2 июля 2021 г.) / науч. ред. Л.Р. Дускаева, отв. ред. А.А. Малышев. СПб.: Медиапир, 2021. С. 350–354.
12. Лакан Ж. Семинары. Книга 5. Образования бессознательного. 1957/1958 / Пер. А. Черноглазова. М.: Логос, Гнозис, 2002. 608 с.
13. Лихачев Д.С., Панченко А.М., Поньрко Н.В. Смех в Древней Руси. Л.: Наука, 1984. 295 с.
14. Пропп В.Я. Проблемы комизма и смеха // Пропп В.Я. Проблемы комизма и смеха. Ритуальный смех в фольклоре (по поводу сказки о Несмеяне). (Собрание трудов В.Я. Проппа.) / Научная редакция, комментарии Ю.С. Рассказова. М.: Лабиринт, 1999. С.5-219.
15. Савченкова Н. Бессознательное как эстетический феномен. Предисловие // Фрейд З. Полное собрание сочинений в 26 томах. Том 9. Острота и ее отношение к бессознательному / Пер. с нем. А. Боковиков; ред. В. Дутчак. СПб.: Восточно-Европейский Институт психоанализа, 2019. С. 5–10.
16. Салтыков-Щедрин М.Е. История одного города // Салтыков-Щедрин М.Е. Собрание сочинений в 20 томах. Том 8 / Гл. ред. С.А. Макашин; Институт русской литературы (Пушкинский дом) АН СССР. М.: Художественная литература, 1969. С. 263–433.
17. Фрейд З. Полное собрание сочинений в 26 томах. Том 9. Острота и ее отношение к бессознательному / Пер. с нем. А. Боковиков; ред. В. Дутчак. СПб.: Восточно-Европейский Институт психоанализа, 2019. 304 с.
18. Duskaeva L.R., Shcheglova E.A. Humour in Prank Telephone Conversations // The Ethics of Humour in Online Slavic Media Communication. Abingdon – NY: Routledge, 2022. P. 42–58.
19. Konyaeva Yu., Samsonova A. Sarcastic evaluation in mass media as a way of discrediting a person: Greta Thunberg case // The European Journal of Humour Research. 2021. № 9(1). P. 74-86.
20. Prokofeva N.A., Akulovich I.A. The Language Means of Comicality in Clickbait Headings // Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 2. Yazykoznanie [Science Journal of Volgograd State University. Linguistics]. 2021. Vol. 20, no. 3. P. 151–165.
21. The Ethics of Humour in Online Slavic Media Communication / Ed. By Lilia Duskaeva. Abingdon – NY: Routledge, 2022. 180 p.

Информация об авторе

И.Ю. Роготнев – кандидат филологических наук,
доцент, кафедра русской литературы,
Пермский государственный национальный исследовательский университет.

Information about the author

I.Yu. Rogotnev – Ph. D. (Philology),
Associate Professor, Department of Russian Literature,
Perm State University.

Евразийский гуманитарный журнал. 2022. № 3. С. 111–118.
Eurasian Humanitarian Journal. 2022. No. 3. P. 111-118.

Научная статья
УДК 378.1

**ПРИЁМЫ И МЕТОДЫ РАЗВИТИЯ КОМПОНЕНТОВ
ПЕДАГОГИЧЕСКОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ РОДИТЕЛЕЙ
МЛАДШИХ ПОДРОСТКОВ С УЧЕТОМ ГЕНДЕРНОГО ПОДХОДА
(ПО ДАННЫМ ЭКСПЕРИМЕНТА 2014–2021 ГГ.)**

Екатерина Александровна Горошенкина

Пермский государственный гуманитарно-педагогический университет, Пермь, Россия,
Katerina_g91@mail.ru

Аннотация. В статье представлены результаты анализа опыта реализации программы по работе с родителями младших подростков «Согласие» в рамках общеобразовательной школы. Программа направлена на развитие компонентов педагогической компетентности родителей младших подростков. Проведенный в 2014–2021 гг. эксперимент подтверждает необходимость определения типа маскулинности/феминности у отцов и матерей учащихся общеобразовательных организаций и учёта гендерных особенностей родителей при работе над развитием компонентов их педагогической компетентности. В рамках проведенного эксперимента были выделены четыре группы матерей и четыре группы отцов, с разными взглядами и подходами к воспитанию дочерей и сыновей (традиционный отец, отсутствующий отец, новый отец, ответственный отец, традиционная мать, работающая мать, отсутствующая мать, идеальная мать. Экспериментальным путем была установлена зависимость сформированности уровня развития компонентов педагогической компетентности родителей младших подростков от типа их маскулинности/феминности. В результате констатирующего эксперимента были сформированы экспериментальная и контрольная группы родителей. Участники экспериментальной группы в течение пяти лет (время обучения детей в средней школе) проходили вместе с детьми работу в рамках программы «Согласие». Программа включала в себя различные направления работы, направленные на развитие компонентов педагогической компетентности родителей младших подростков, реализуемые через формы и методы с учетом гендерного подхода. Итоговый эксперимент показал рост всех компонентов педагогической компетентности родителей младших подростков. Формы и методы работы, подобранные с учётом типа маскулинности/феминности отцов и матерей, повышают эффективность работы над развитием компонентов педагогической компетентности.

Ключевые слова: педагогическая компетентность, маскулинность, феминность, семья, гендерный подход.

Для цитирования: Горошенкина Е.А. Приёмы и методы развития компонентов педагогической компетентности родителей младших подростков с учетом гендерного подхода (по данным эксперимента 2014–2021 гг.) // Евразийский гуманитарный журнал. 2022. № 3. С. 111–118.

Original article

**TECHNIQUES AND METHODS FOR THE DEVELOPMENT
OF COMPONENTS OF PEDAGOGICAL COMPETENCE OF PARENTS
OF YOUNGER ADOLESCENTS, TAKING INTO ACCOUNT THE GENDER
APPROACH (ACCORDING TO THE EXPERIMENT 2014-2021)**

Ekaterina A. Goroshenkina

Perm State Humanitarian Pedagogical University, Perm, Russia, Katerina_g91@mail.ru

Abstract. The article presents the results of the analysis of the experience of the implementation of the program for working with parents of younger adolescents "Consent" in the framework of a secondary school. The program is aimed at developing the components of pedagogical competence of parents of younger teenagers. The experiment conducted in 2014-2021 confirms the need to determine the type of masculinity / femininity in fathers and mothers of students of general education organizations and to take into account the gender characteristics of parents when working on the development of components of their pedagogical competence. As part of the experiment, four groups of mothers and four groups of fathers were identified, with different views and approaches to the upbringing of daughters and sons (traditional father, absent father, new father, responsible father, traditional mother, working mother, absent mother, ideal mother. Experimentally, the dependence of the formation of the level of development of the components of pedagogical competence of parents of younger adolescents on the type of their masculinity / femininity was established. As a result of the ascertaining experiment, experimental and control groups of parents were formed. The participants of the experimental group for five years (the time of the children's education in secondary school) worked together with the children in the framework of the "Consent" program. The program included various areas of work aimed at developing the components of pedagogical competence of parents of younger adolescents, implemented through forms and methods with a gender approach. The final experiment showed the growth of all components of the pedagogical competence of parents of younger adolescents. The forms and methods of work, selected taking into account the type of masculinity / femininity of fathers and mothers, increase the effectiveness of work on the development of components of pedagogical competence.

Keywords: Pedagogical competence, masculinity, femininity, family, gender approach.

For citation: Goroshenkina E.A. . Techniques and methods for the development of components of pedagogical competence of parents of younger adolescents, taking into account the gender approach (according to the experiment 2014-2021). Eurasian Humanitarian Journal. 2022;3:111-118. (In Russ.).

Введение

Проблема развития педагогической компетентности родителей младших подростков получила особую актуальность в последние десятилетия. Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации» (ФЗ-273) и Федеральный государственный стандарт для основной общеобразовательной школы определили субъектную позицию родителей и наделили их активной ролью участников образовательного процесса. В официальных документах родители «по умолчанию» признаются активными: они принимают управленческие решения, участвуют в создании образовательной среды, выполняют контролирующую функцию. Реальность школьной жизни зачастую оказывается иной. Деятельностную позицию во взаимодействии со школой занимает лишь малая часть родителей. Проведённое в 2014 г. Институтом социологических исследований РАО крупное социологическое исследование, охватившее более 3000 тысяч педагогов, показало, что около 82 % родителей участвуют в управлении школой исключительно посредством посещения родительских собраний [Собкин, Адамов 2015: 102].

Коммуникация по линии «родители–школа» происходит зачастую по инициативе классного руководителя. Следует признать, что существующие стандарты ориентированы на родителей с высоким уровнем педагогической компетентности. Большая часть семей оказывается «за бортом» существующей образовательной реальности: родители либо не выходят на контакт с образовательным учреждением, либо только получают информацию об успеваемости ребенка, либо имеют конфликт со школой или занимают индифферентную позицию. Конфликтные ситуации часто возникают именно потому, что образовательное учреждение ждёт «активного родителя», желающего вникать в школьную жизнь и развиваться в роли родителя. В реальности родитель оказывается фигурой формальной, безразличной. Долгое время стандарты не принимали во внимание ни установки, ни взгляды на родительство, ни внутреннее устройство уклада семьи. Ситуация значительно изменилась в последнее время, поэтому и работа с современной семьей в рамках образовательного учреждения требует перестройки.

Основная часть

Одним из приоритетных направлений «Стратегии развития воспитания в Российской Федерации до 2025 г.» является «обеспечение условий для повышения социальной, коммуникативной и педагогической компетентности родителей» [Стратегия развития воспитания... 2015: 3]. Достижение данной цели возможно только при всестороннем анализе установок и внутренних особенностей семей обучающихся.

Воспитательные планы образовательных учреждений чаще всего используют термин «семья», обезличивая её членов, представляя их некими универсальными мамами и папами. Стандартный документ «Социальный паспорт семьи», который заполняет каждый классный руководитель, составляет портрет родителя по крайне формальным характеристикам: возраст, уровень образования, наличие или отсутствие проблем со здоровьем и т. д. Это не создаёт условий для индивидуального подхода к работе с конкретными учащимися и конкретными родителями.

В программе воспитания Пермского края на 2021–2025 гг. в качестве одной из основных проблем региона обозначен «низкий уровень психолого-педагогической компетентности родителей» [Региональная программа воспитания... 2021: 5]. «Восполнение дефицитов» родительской компетентности, согласно программе, возможно при сотрудничестве семьи «с другими воспитательными институтами и образовательными организациями» [Региональная программа воспитания... 2021: 8]. Сотрудничество семьи и школы становится одним из условий развития педагогической компетентности родителей [Прокофьева, Дьяконова, Попова 2018: 134].

Важная роль при выстраивании такого взаимодействия отводится классному руководителю и учителю-предметнику. На институциональном уровне предполагается активное включение родительской общественности в реализацию рабочей программы воспитания. Достижение данных целей и результатов предполагает углублённый анализ особенностей современных родителей.

Большой массив исследований, накопленный в социологии, психологии и педагогике (И.С. Клецина, П.А. Решетов и другие), показывает, что современный родитель вынужден находиться в границах гендерных схем, принятых в обществе. Современная образовательная практика руководствуется традиционными стереотипичными паттернами: о ведущей роли матери в воспитании ребенка, о материнском инстинкте, об отце, отвечающем за дисциплину и т. д. Наличие указанных стереотипов в деятельности педагогов были подтверждены и констатирующим экспериментом¹.

В то же время уже в начале XXI в. учёные отмечали значительные изменения, происходящие в семье как в особом социокультурном институте [Борисов 1995; Волков 1986; Голод 1998; Вишневский 2006; Гурко 1995; Захаров 2007]. Исследования Т.А. Гурко и Л.В. Карцевой позволяют выделить около 10 различных типов семей [Гурко 1995: 95–99; Карцева 2003: 93–94], а Н.М. Римашевская предлагает говорить не о семье вообще, а о различных типах семей [Гендерные исследования... 2009: 247]. Внутри уникальной семьи выделяются мужчины и женщины с разными гендерными установками и взглядами на родительство [Кон 2017].

Анализ литературы [Кон 2017; Клецина 2009, 2013 и других) и проведённое на базе МАОУ «СОШ № 27» в 2014–2021 гг. (ныне «Школа Диалог») исследование позволили выделить типы отцов и матерей в соответствии с их типом маскулинности и феминности. При определении типов использовались разнообразные методики: опросники «распределение ролей в семье», «нормы мужского поведения», «нормы женского поведения», модернизированный полоролевой опросник С. Бем, отзыв на отрывок Э. Фромма «Искусство любви», анкета «взаимодействие образовательной организации с семьёй», интервью с родителями учащихся 5–8 классов. В рамках первого этапа эксперимента к исследованию было привлечено 178 респондентов (98 матерей и 80 отцов) учащихся 5–8 классов.

¹ В опросе участвовали 25 педагогов, являющихся классными руководителями (все респонденты – женщины). 81 педагог, работающий с младшим подростковым возрастом (50 женщин, 31 мужчина), опрос проходил в 2015 г. на базе МАОУ «Школа № 27» г. Перми и в рамках городской встречи учителей «Круговой обзор».

Респонденты отбирались по следующим принципам:

1. В каждой параллели был выбран 1 класс.
2. В выбранных классах был примерно одинаковый состав учащихся (полороловое соотношение, схожие социальные портреты, уровень активности).
3. Учитывался принцип добровольности. Подобный подход был обоснован следующим предположением: если среди респондентов, изъявивших добровольное желание участвовать в исследовании, встретятся мужчины и женщины с разным типом маскулинности и феминности, которых можно отнести к разным типам отцов и матерей, то велика вероятность, что и среди остальных родителей будут встречаться различные типы отцов и матерей.

Анализ полученных результатов позволил выделить отцов и матерей с традиционными и модернизированными типами маскулинности / феминности. Внутри указанных типов в соответствии с личностными установками, отношением к воспитательным практикам, степенью соответствия гендерным схемам были выделены подтипы отцов и матерей. И.С. Клецина, в частности, выделяет четыре типа современных отцов: «традиционный отец», «отсутствующий отец» (традиционная маскулинность), «ответственный отец», «новый отец» (модернизированная маскулинность) [Клецина 2009: 29–41]. По аналогии с данным подходом и с опорой на исследования феминности [Клименко 2017; Бочкарева 2017; Чернышева 2021 и других] были выделены типы матерей: «традиционная мать», «работающая мать» (традиционная феминность), «отсутствующая мать», «идеальная мать» (модернизированная феминность).

Мужчины и женщины с разным типом маскулинности / феминности имеют разные взгляды на родительство и на свои функции в отношении дочерей и сыновей. Игнорирование этих особенностей, попытка вписать отцов и матерей в традиционные гендерные схемы может служить основной для гендерно-ролевого конфликта [Клецина 2009, 2013; Чикалова 2012; Кон 2017; Хитрук 2017 и другие]. Опора на гендерный подход при работе с родителями может способствовать развитию компонентов педагогической компетентности родителей младших подростков.

Результаты констатирующего эксперимента позволили обозначить противоречие: семьям учащихся, состоящим из родителей с разными гендерными установками, взглядами на родительство, на воспитание сыновей и дочерей и т. д. предлагаются унифицированные, обезличенные формы работы и взаимодействия с образовательным учреждением. Большая часть предлагаемых форм и методов взаимодействия, а также требований со стороны образовательной организации и государства рассчитана на родителей с изначально высоким уровнем развития компонентов педагогической компетентности.

Современные психолого-педагогические исследования [Пиюкова 2002; Селина 2009; Коробкова 2013 и других] показывают, что родители нуждаются – осознанно или неосознанно – в индивидуальном подходе при работе над развитием большинства компонентов педагогической компетентности. От педагогов и образовательных учреждений требуется учёт гендерных – индивидуальных – особенностей родителей при построении стратегий взаимодействия с ними. При этом анализ качеств родителя должен предшествовать работе по развитию компонентов педагогической компетентности родителей. Этот же анализ позволяет определить возможности и желания родителей выполнять роли и функции, указанные в различного рода стандартах и требованиях.

Педагогическая компетентность родителей младших подростков понимается в данном исследовании как совокупность характеристик личности родителя, его педагогической деятельности, которые позволяют эффективно осуществлять воспитание ребенка младшего подросткового возраста на основе целенаправленного, организованного сотрудничества с ребенком и которые проявляются в деятельности родителя по самообразованию в области педагогики и психологии.

На основе исследований, посвящённых развитию педагогической компетентности родителей [Адамова 2005; Коробкова 2013; Минина 2015; Селина 2009; Хрусталькова 2008 и других] и с учётом психолого-педагогических особенностей младших подростков (неравномерность, гетерохронность, необратимость развития) [Выготский 1984: 254] были определены такие компоненты педагогической компетентности родителей младших подростков: мотивационный, когнитивный, операционно-деятельностный, эмоционально-волевой, рефлексивный.

В результате проведённых нами диагностических процедур среди 178 респондентов были выявлены 80 % отцов с традиционной маскулинностью (68 % из категории «традиционный» отец, 12 % относящихся к «отсутствующим» отцам), 20 отцов с модернизированной маскулинностью (6 % – «новый отец», 14 % – ответственный отец), 76 % матерей относятся к женщинам с традиционной феминностью (32 % – «традиционная мать», 44 % – «работающая мать»), 24 % матерей показали склонность к модернизированной феминности (10 % – «отсутствующая мать», 14 % – «идеальная мать»).

Дальнейшая диагностика осуществлялась с учётом указанных типов. Для определения уровня сформированности / развития компонентов педагогической компетентности родителей были использованы следующие диагностические методы и приемы: 1) анкета классного руководителя / учителя предметника, 2) стандартизированное наблюдение за детско-родительской совместной деятельностью, 3) опросник «какой вы родитель?», 4) тест «кинетический рисунок семьи», 5) опросник «незаконченные предложения», 6) тест «мой ребенок-подросток», 7) совместная деятельность в формате деловой игры «Слово предоставляется...», 8) анализ родительской активности в группе проектов МАОУ «СОШ № 27» (ныне «Школа Диалог»), 9) опросник «Взаимодействие родитель – ребенок» (вариант для родителей детей-подростков) (И.М. Марковская), 10) обсуждение в формате онлайн-кинотеатра, 11) анкета «Какой я родитель» [Селина 2009; Щетинина 2000: анализ эмоциональной близости], 12) анкета «Какой я родитель» [Селина 2009; Щетинина 2000: анализировалась рефлексивная составляющая анкеты], 13) сочинение-отзыв для родителей «Я и мой ребенок» или 14) устное выступление в формате «рефлексивного круга».

Комплекс исследований позволил определить корреляцию между типом маскулинности / феминности и уровнем развития элементов педагогической компетентности родителей младших подростков. Срезы по параллелям показали, что в одном родительском коллективе могут быть отцы и матери с разным уровнем развития элементов педагогической компетентности. Оказалось возможным проследить некоторые закономерности: отцы с модернизированной маскулинностью показали соответствие высокому уровню развития мотивационного компонента и среднему уровню развития остальных компонентов. Отцы с традиционной маскулинностью показывали низкий уровень развития всех компонентов педагогической компетентности и несформированность мотивационного компонента.

Значительные расхождения в показателях были определены у разных групп матерей: у «отсутствующих матерей» не сформирован рефлексивно-оценочный компонент; практически у всех групп матерей на низком уровне был развит когнитивный компонент. Несмотря на то, что у разных типов отцов и матерей может изначально определяться один уровень педагогической компетентности, эффективная работа по повышению уровня педагогической компетентности возможна лишь в случае подбора форм и методов работы в соответствии с типом маскулинности / феминности.

Опытно-экспериментальная работа была направлена на развитие педагогической компетентности родителей младших подростков через развитие её отдельных компонентов и подбор специфических методов работы с отцами / матерями разного типа. Указанный принцип был заложен в программу работы с родителями «Согласие», реализуемую в МАОУ «СОШ № 27» (ныне «Школа Диалог») в 2016–2021 гг. Цель программы – развитие компонентов педагогической компетентности родителей младших подростков. Часть приёмов и методов работы изначально была адаптирована под дистанционный формат (для взаимодействия с

«отсутствующими» отцами и матерями), ряд предлагаемых в программе мероприятий был переведён в онлайн-формат в связи с пандемией и невозможностью личных встреч. Каждый родитель, включённый в реализацию программы, участвовал в начальной и финальной диагностике сформированности / развития компонентов педагогической компетентности.

Приведём несколько примеров особенностей работы с отцами и матерями с учётом типа маскулинности / феминности.

«Работающая мать» – это категория матерей, имеющих средний уровень мотивационного компонента и низкий уровень развития остальных компонентов педагогической компетентности. Для данной категории важно минимизировать их очное участие в работе. Большая часть работы с ними проходила в рамках вебинаров, онлайн-конференций, которые матери могли посмотреть в удобное для них время. Специально для данной категории была организована «Школа успеха» – форма работы с детьми, создающими проекты, посвящённые семье и родителям, поисковая работа, изучение биографии родителей и т. п.

Предложенный квест также был интерактивным и предполагал свободное прохождение этапов. По желанию матери участвовали в круглых столах, была организована отдельная «беседа» в социальных сетях. Итоговой была работа по оформлению «семейных выставок».

«Традиционный отец». С отцами «традиционного типа» работа велась с учётом их характеристик, определённых по результатам диагностики и описанных в литературе, посвящённой традиционной маскулинности. Основные характеристики отцов данного типа: высокая занятость, ориентация на работу, высокая значимость карьерного успеха, воспитание детей считается преимущественно женским занятием, роль отца – контроль дисциплины, особое отношение к сыновьям как к наследникам.

Над развитием мотивационного компонента работа проходила в «Школе успеха». Целью мероприятия было показать отцам их значимость для детей. Отцы данного типа мало задумываются об эмпатии по отношению к детям, не склонны к ответным шагам.

Дети составляли карту лучших качеств своих отцов. Итог работы был оформлен в выставку и представлен отцам в различных форматах – очном и заочном (часть работ выставлялась в социальных сетях с позволения детей). В своих творческих работах дети представляли отцов в качестве примеров для подражания, рассказывали о любимых совместных делах и хобби, награждали их условными премиями в различных номинациях. Развитие когнитивного компонента проходило через систему совместных занятий и коррелировалось с заданиями в формате школьных учебных предметов. Знания особенностей биологических и психологических изменений, происходящих в подростковом возрасте, были актуальны и для детей, и для родителей.

Для отцов с «традиционной маскулинностью» важно, что осуществляемая деятельность имеет практическую значимость. Дети и родители получили задание по биологии сравнить физиологические характеристики ребенка 7–9 лет и 10–12 лет, обозначить разницу, выявить причины изменений. Отцам также было необходимо вспомнить себя в определённом возрасте и привести примеры изменений, происходивших в их организме в указанный период, сравнивались фотографии родителей и детей в данном возрасте.

На развитие операционно-деятельностного и эмоционально-волевого компонентов была направлена серия тренингов, происходивших в каникулярное время, бóльший объём их был реализован в дистанционном формате. Тренинги включали совместные занятия, для выполнения которых отцам были необходимы выдержка и умение контролировать эмоции. Для развития рефлексивного компонента по итогам мероприятий родители и дети писали письма друг другу. Аналогичная работа была выстроена со всеми категориями отцов и матерей. Важно, что организаторами деятельности часто выступали матери с модернизированной маскулинностью «идеальные матери», имеющие высокий уровень мотивации и нуждающиеся в признании своих заслуг и знаний. Родители данной категории проводили поисковую работу, находили материал для вебинаров и встреч, формулировали вопросы к привлекаемым специалистам.

По итогам работы вновь были проведены диагностические процедуры. Сравнение осуществлялось с контрольной группой, в которую входили родители из параллельного класса. У данной категории родителей также были определены типы маскулинности / феминности и уровни развития компонентов педагогической компетентности. Повторная диагностика развития компонентов педагогической компетентности родителей младших подростков экспериментальной группы показала целесообразность используемых форм и методов работы. У отцов «традиционного типа» наибольшую динамику показал операционно-деятельностный компонент. У «отсутствующих» отцов появился мотивационный компонент. Положительная динамика отмечена по эмоционально-волевому и рефлексивному компонентам педагогической компетентности. У «ответственных отцов» преимущественно велась работа над развитием когнитивного компонента. Именно знаний о возрастных кризисах и особенностях развития ребенка подросткового возраста не хватало родителям данной группы по данным опроса. По итогам работы уровень по данному компоненту вырос с низкого до среднего. Отцы «нового типа» показали динамику, повышение всех компонентов педагогической компетентности. Аналогичная положительная динамика была отмечена и среди матерей разного типа.

Заключение

Как показало наше исследование, родители с разным типом маскулинности / феминности имеют разный уровень развития компонентов педагогической компетентности. Учёт гендерных особенностей родителей (типа их маскулинности или феминности) при формировании и выполнении программы работы с родителями повышает эффективность используемых приёмов и методов. Программа, составленная с учётом особенностей отцов и матерей – носителей традиционной и модернизированной маскулинности, позволяет за время обучения учащихся в средней школе повысить уровни развития компонентов педагогической компетентности родителей младших подростков.

Список литературы

1. Адамова Л.К. Формирование педагогической культуры родителей школьников в сельском социуме (на опыте работы республики Саха (Якутия). Автореф. ... к. пед. н. М., 2005. 32 с.
2. Бем С. Линзы гендера: Трансформация взглядов на проблему неравенства полов. М.: Российская политическая энциклопедия, 2004. 336 с.
3. Борисов В. А. Деградация института семьи и пути ее преодоления // Семья в России. 1995. № 1–2. С. 69–74.
4. Бочкарева Е.В. Феминность женщин и их удовлетворенность браком // Вестник магистратуры. 2017. № 11-2 (74). С. 34–37.
5. Вишневицкий А.Г. Демографическая модернизация России. 1900–2000. М.: Новое издательство, 2006 608 с.
6. Волков А.Г. Семья – объект демографии. М.: Мысль, 1986. 271 с.
7. Выготский Л.С. Собрание сочинений: в 6 т. М.: Педагогика, 1984. Т. 4. 256 с.
8. Гендерные стереотипы в меняющемся обществе: опыт комплексного исследования / под ред. Римашевской Н.М. М.: Наука, 2009. 273 с.
9. Голод С.И. Семья и брак: историко-социологический анализ. СПб.: Петрополис, 1998. 269 с.
10. Гурко Т.А. Трансформация института семьи: постановка проблемы // Социологические исследования. 1995. № 10. С. 95–99.
11. Захаров С.В. Новейшие тенденции формирования семьи в России. Мир России. 2007. № 4. С. 73–113.
12. Карцева Л.В. Модель семьи в условиях трансформации российского общества // Социологические исследования. 2003. № 7. С. 93–94.
13. Клецина И.С. Отцовство в аналитических подходах к изучению маскулинности // Женщина в российском обществе. 2009. № 3. С. 29–41.
14. Клецина И.С., Чикалова Е.А. Взаимосвязь норм маскулинности и социальных представлений о содержании поведения в рамках отцовской роли // Вестник ЛГУ им. А.С. Пушкина. 2013. № 2. С. 24–26.

15. Клименко Л.В., Верещагина А.В. Меняющийся образ мужчины и женщины в контексте социетальной динамики полиэтничного Юга России // Гуманитарий Юга России. 2020. № 3. С. 99–103.
16. Кон И.С. Мальчик отец мужчины. М.: Время, 2017. 704 с.
17. Коробкова В.В. Концепция развития воспитательного потенциала семьи в открытом образовательном пространстве. Пермь: Изд-во «Пермский государственный педагогический университет», 2013. 45 с.
18. Марковская И.М. Тренинг взаимодействия родителей с детьми. Цели задачи и основные принципы. СПб.: Речь, 2005. 147 с.
19. Минина А.В. Формирование педагогической компетентности родителей в воспитании самостоятельности детей дошкольного возраста. Автореф. ... к. пед. н. М., 2015. 25 с.
20. Пилюкова С.С. Формирование педагогической компетентности родителей приемных детей. Автореф. ... к. пед. н. Самара, 2002. 16 с.
22. Региональная программа воспитания в Пермском крае на период 2021–2025 годов // Сайт Министерства образования и науки Пермского края. [Электронный ресурс] URL: <https://minobr.permkrai.ru/dokumenty/22273/>? (дата обращения 18.04.2022).
23. Селина В.В. Развитие педагогической компетентности родителей детей раннего возраста в дошкольном образовательном учреждении. Дис. ... к. пед. н. М., 2009. 136 с.
24. Собкин В.С., Адамчук Д.В. Учитель о включенности родителей в образовательный процесс // Человек и образование. 2015. № 3(44). С. 102–105.
25. Стратегия развития воспитания в Российской Федерации на период до 2025 года // Сайт Правительства Российской Федерации. [Электронный ресурс]. URL: <http://static.government.ru/media/files/f5Z8H9tgUK5Y9qtJ0tEFnyHlBitwN4gB.pdf> с. (дата обращения: 20.04.2022).
26. Фромм Э. Искусство любить. Исследование природы любви / Пер. Л.А. Чернышёвой. М.: Педагогика, 1990. 160 с.
27. Хитрук Е.Б. Концепция гегемонной маскулинности в теории Рэйвин Коннелл: от XX к XXI столетию // Социологический журнал. 2017. № 4. С. 8–30.
28. Хрусталькова Н.А. Педагогическая компетентность родителей в профессионально-замещающей семье // Высшее образование в России. 2008. № 12. С. 149–152.
29. Чикалова Е.А. Исследования отцовства и маскулинности: точки пересечения // Женщина в российском обществе. 2012. № 2. С. 43–53.
30. Чернышева А.В., Спирюгова А.Г. Маскулинность и феминность в современном обществе: тенденции трансформации // Гуманитарный вестник. 2021. № 6 (92). 1–17.
31. Щетинина А.М. Диагностика социального развития ребенка: учебно-методическое пособие. Великий Новгород: Новгородский ГУ им. Ярослава Мудрого, 2000. 88 с.

Информация об авторе

Е.А. Горошенкина – преподаватель,
кафедра Отечественной и всеобщей истории, археологии,
Пермский государственный гуманитарно-педагогический университет.

Information about the author

E.A. Goroshenkina – Lecturer,
Department of National and Universal History, Archeology,
Perm State Humanitarian Pedagogical University.

Евразийский гуманитарный журнал. 2022. № 3. С. 119–123.
Eurasian Humanitarian Journal. 2022. No. 3. P. 119-123.

Научная статья
УДК 373.1(045)

ОБУЧЕНИЕ РУССКОМУ ЯЗЫКУ ДЕТЕЙ СТАРШЕГО ДОШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА ИЗ СЕМЕЙ МИГРАНТОВ В УСЛОВИЯХ ДЕТСКОГО САДА

Татьяна Витальевна Неведицына¹, Карине Багратовна Апкина²,
Татьяна Геннадьевна Писарева³

¹ Центр развития ребенка – детский сад № 387, Пермь, Россия, neveditsina@gmail.com

² Детский сад № 377, Пермь, Россия, karine-perm@mail.ru

³ Детский сад № 120, Перми, Россия, pisareva.tatyana.1973@mail.ru

Аннотация. Современные дети живут в охваченном процессами глобализации и интеграции мире. Соответственно происходит рост многонациональности детских коллективов в дошкольных образовательных организациях, приход детей из семей с разными национальными корнями. Общение с представителями других культур может быть затруднено не только из-за различий в восприятии мира, культурных особенностей, но и, в первую очередь, из-за языкового барьера. Большинство детей из семей мигрантов, поступающих в дошкольное образовательное учреждение, плохо владеют русским языком. Ситуация осложняется ещё и тем, что многие взрослые в таких семьях сами испытывают трудности в процессе коммуникации на русском языке. В связи с этим возникают трудности при общении детей друг с другом, при проведении педагогической и логопедической диагностики, а также при налаживании контакта с семьёй ребёнка. Всё это требует специальным образом организованной работы с такими семьями и создания в дошкольном образовательном учреждении условий, необходимых для успешной адаптации детей из семей мигрантов. В статье рассказывается о педагогическом проекте «Играй и общайся!», направленном на обучение русскому языку детей старшего дошкольного возраста из семей мигрантов из стран СНГ в совместной деятельности детей в условиях детского сада на игровом материале. Кроме того, авторы статьи описывают этапы и механизмы реализации названного проекта, формы работы с детьми и родителями и представляют результаты реализации данного проекта. Систематическая работа в данном направлении позволит детям из иноязычных семей овладеть русским языком на уровне свободного бытового общения.

Ключевые слова: дети из семей мигрантов, иноязычные семьи, дифференцированный подход, игровая деятельность, совместная деятельность.

Для цитирования: Неведицына Т.В., Апкина К.Б., Писарева Т.Г. Обучение русскому языку детей старшего дошкольного возраста из семей мигрантов в условиях детского сада // Евразийский гуманитарный журнал. 2022. № 3. С. 119–123.

Original article

TEACHING THE RUSSIAN LANGUAGE TO OLDER PRESCHOOL CHILDREN FROM MIGRANTS' FAMILIES IN THE CONDITIONS OF KINDERGARTEN

Tatyana V. Neveditsyna¹, Karine B. Apkina², Tatyana G. Pisareva³

¹ Child Development Center «Nursery school No. 387», Perm, Russia, neveditsina@gmail.com

² Nursery school No. 377, Perm, Russia, karine-perm@mail.ru

³ Nursery school No. 120, Perm, Russia, pisareva.tatyana.1973@mail.ru

Abstract. Modern children live in a world covered by the processes of globalization and integration. Accordingly, there is an increase in the multinationality of children's groups in preschool educational organizations, the arrival of children from families with different national roots. Communication with representatives of other cultures can be difficult not only because of differences in the perception of the world, cultural characteristics, but also, first of all, because of the language barrier. The majority of children from migrant families entering a preschool educational institution do not speak Russian well. The situation is further complicated by the fact that many adults in such families themselves experience difficulties in the process of communication in Russian. In this regard, difficulties arise when children communicate with each other, when conducting pedagogical and speech therapy diagnostics, as well as when establishing contact with the child's family. All this requires specially organized work with such families and the creation of the conditions necessary for the successful adaptation of children from migrant families in a preschool educational institution. The article tells about the pedagogical project "Play and communicate!", aimed at teaching the Russian language to children of senior preschool age from families of migrants from the CIS countries in the joint activities of children in a kindergarten on the basis of game material. In addition, the authors of the article describe the stages and mechanisms for the implementation of the named project, forms of work with children and parents, and present the results of the implementation of this project. Systematic work in this direction will allow children from foreign-speaking families to master the Russian language at the level of free everyday communication.

Keywords: children from migrant families, foreign-speaking families, differentiated approach, play activities, joint activities.

For citation: Neveditsyna T.V., Apkina K.B., Pisareva T.G. Teaching the Russian language to older preschool children from migrants' families in the conditions of kindergarten. Eurasian Humanitarian Journal. 2022;3:119-123. (In Russ.).

Введение

Система дошкольного образования в настоящее время ориентирована на подход к ребенку как к развивающейся личности, как к нуждающемуся в понимании и уважении его интересов и прав. Образовательная работа с детьми направлена на обеспечение условий, открывающих ребенку возможность самостоятельных действий по освоению окружающего мира. При данном подходе особую значимость приобретает проблема взаимодействия детей со сверстниками. Расширение и обогащение социального опыта ребенка происходят в процессе его общения со сверстниками, с другими детьми, при посещении образовательного учреждения. Всё это и есть микросреда, благодаря которой ребенок не только получает информацию о социальном мире, но и приобретает практику поведения в коллективе и отношений между людьми, а также восприятия мира с помощью чувств.

В г. Пермь и Пермском крае проживает большое количество семей мигрантов из стран СНГ. В частности, в некоторых дошкольных образовательных организациях таких семей около 20 %. В большинстве случаев дети поступают в старшую или подготовительную (к школе) группу детского сада. Есть семьи, где на русском языке могут говорить все члены семьи, но чаще дети приходят из семей, где на русском языке говорят, как правило, только папа и старшие дети, которые уже посещают школу. Основной проблемой является то, что взрослые сами плохо понимают русскую речь, и это приводит к более долгому процессу налаживания связей с семьей. Детям из таких семей некомфортно в группе из-за языкового барьера.

Кроме того, имеются трудности в проведении как педагогической, так и логопедической диагностики. При двуязычии трудно выявить речевые нарушения и уровень освоения образовательной программы. И, как следствие, дать правильные рекомендации для подготовки к школьному обучению.

Основная часть

Трудности в адаптации детей старшего дошкольного возраста к освоению образовательной программы и вызвали к жизни идею разработать специальный проект. Проект направлен на обучение русскому языку старших дошкольников из семей мигрантов (из стран СНГ) в совместной деятельности детей в условиях детского сада на игровом материале. Нами был разработан и реализован педагогический проект «Играй и общайся!», целью которого является овладение детьми из иноязычных семей русским языком на уровне свободного бытового общения.

Вопросы развития коммуникативной компетентности в настоящее время особенно актуальны и освещались ранее в работах разных авторов [Андреева 2014; Долгова, Мельник, Карахан 2015; Емельянов 1990]. При разработке проекта мы опирались на работы различных авторов (см., например: [Гудков 2003; Курбан 2013; Садохин 2007; Зинченко, Зусман, Кирнозе 2003; Моосмюллер 2003; Шамне 1999]).

Для достижения поставленной цели необходимо было решить следующие задачи: 1) познакомить детей, не говорящих или плохо говорящих на русском языке, с простейшими нормами и правилами русского языка (устного), 2) расширить и активизировать лексический запас (русский) детей, 3) создать условия в детском образовательном учреждении для появления ситуации общения между детьми, говорящими и плохо говорящими на русском языке.

Данный проект мы начали реализовывать в 2015–2016 учебном году. Участниками проекта стали воспитанники старшей группы (говорящие и не говорящие на русском языке), родители воспитанников (не говорящих на русском языке), а также педагоги. Предполагалось, что в результате реализации проекта дети, не владеющие русским языком, овладеют русской речью, смогут ею пользоваться в реальных жизненных условиях. При этом дети, говорящие на русском языке, приобретут опыт наставничества, расширится их активный словарный запас из-за необходимости объяснения непонятных слов с использованием синонимов.

Были определены следующие механизмы реализации проекта.

1. «Лингво-игротека». Дидактические игры на согласование слов в предложении, использование правильных окончаний в соответствие с родом, временем, числом, правильное употребление предлогов. Игры на знакомство и активизацию русского словарного запаса у воспитанников.

2. «Путешествие в Россию» – детско-родительский клуб по обучению русскому языку детей совместно с членами их семей.

3. «Мы партнеры» – ежедневно в течение дня ставить детей (не говорящих по-русски) в пары или подгруппы с хорошо (правильно) говорящими детьми для выполнения совместных заданий.

На подготовительном этапе реализации проекта были проведены изучение степени владения русским языком поступившего в дошкольное учреждение ребенка и его семьи; подбор (разработка) игрового дидактического материала для конкретных детей; составление тематического плана работы с детьми и родителями воспитанников, не говорящих по-русски. Кроме того, были согласованы режим дня, в сетке непосредственно образовательной деятельности (НОД) и в Годовом плане учебно-воспитательной работы, места для мероприятий по реализации проекта.

Реализация проекта подразумевает следующие формы работы с детьми и родителями.

1. Непосредственно образовательная деятельность по развитию речи.
2. Совместное дежурство детей (по столовой, подготовка к занятиям, в уголке природы).

3. Совместная трудовая деятельность.

4. «Час игры» – ежедневная организация самостоятельной игровой деятельности между воспитанниками, говорящими и не говорящими на русском языке.

5. Итоговые тематические мероприятия после каждого периода обучения, включающие в себя командное выполнение заданий по пройденным темам.

6. Домашние задания для родителей воспитанников по каждой теме.

7. Включение родителей иноязычных воспитанников в мероприятия, направленные на решение образовательных задач (развлечения, спортивные соревнования, конкурсы, субботники, культпоходы).

НОД включает в себя проведение двух занятий в неделю по 20–25 минут, объединённых сюжетно-дидактической темой.

Первое занятие проходит для иноязычных детей в присутствии родителей: действия педагога с детьми при этом представляют собой образец для дальнейших занятий родителей с детьми дома. Родителям даются рекомендации, что в течение недели желательно, чтобы родители закрепили, расширили знания детей по данной теме. Одновременно с этим обогащается лексический запас по изучаемой теме, идёт практическое усвоение грамматических конструкций русского языка не только у самих иноязычных детей, но и у их родителей, которые недостаточно хорошо владеют русским языком. Второе занятие проходит фронтально со всеми детьми группы и предполагает дифференцированный подход к детям с разной степенью владения русским языком, что осуществляется за счёт подбора заданий и раздаточного развивающего материала разной степени сложности, но единого сюжетного содержания, а также за счёт игровых ролей.

Проект предполагает выполнение домашних заданий. Например, по теме «Посуда»: рассмотреть вместе с ребёнком посуду на кухне (кухонную, столовую, чайную), уточнить названия предметов посуды, рассмотреть и назвать части посуды; сходить с ребёнком в магазин, где продают посуду, рассмотреть и обсудить, какую посуду там продают; выполнить упражнения: «Подбирай, называй, запоминай», «Из чего сделана посуда?», «Ложка и стакан», «Назови ласково»; составить рассказ о любом предмете посуды, используя план.

Выбор детей для дежурства и выполнения трудовых поручений предполагает включение в пару или подгруппу детей, хорошо говорящих на русском языке, и ребенка, не владеющего русским языком. Ежедневно в режиме дня (вторая половина) выделяется время для самостоятельной игровой деятельности («Час игры»), которую планирует и организует педагог в соответствии с изучаемой темой. Это могут быть настольно-печатные, сюжетно-ролевые, режиссерские игры. Многие дидактические игры в процессе осуществления проекта доработали и дорабатывают сами авторы данной статьи. Например: игра «О семье» была дополнена карточками с изображениями детских лиц разных национальностей, игра «Одежда» – карточками с национальной одеждой, обувью, головными уборами, а игра «Мой дом» – изображениями (названиями) национальных блюд.

Для работы по развитию речи детей разрабатывается тематический план, предполагающий три периода обучения: сентябрь – ноябрь, декабрь – февраль, март – май. Работа в данном направлении включает обследование состояния устной речи иноязычных детей, закрепление у детей навыков правильного произношения всех звуков русского языка, развитие лексико-грамматических средств языка, обучение связной речи. Заключительный этап реализации проекта предполагает проведение диагностики: 1) развития речи воспитанников; 2) межличностных отношений в группе (социометрия); 3) поведения детей во время игровой деятельности и выполнения ими совместных заданий.

Заключение

Благодаря проекту к концу учебного года все дети понимают русскую речь, говорят на русском языке с небольшими ошибками, успешно общаются с остальными детьми группы и взрослыми в дошкольном образовательном учреждении. По результатам психологической и педагогической диагностики дети показывают средний и высокий уровень развития. У русскоговорящих детей значительно расширяется словарный запас. Результаты социометрии

не выявили изолированных или отверженных детей. У всех воспитанников сформированы начальные навыки сотрудничества. Дополнительные эффекты от реализации проекта: дети, говорящие на русском языке, приобретают опыт наставничества. Расширяется их активный словарный запас из-за необходимости объяснения непонятных слов с использованием синонимов. Они приобретают такие качества личности, как терпимость к недостаткам других, умение предложить и оказать помощь, навыки сотрудничества.

Данный проект можно переориентировать на детей, изучающих иностранный язык: внести изменения в «Лингво-игротекку», разработав дидактические игры на знакомство и активизацию словарного запаса у воспитанников, изучающих конкретный иностранный язык; «Путешествие в Россию» – детско-родительский клуб по обучению иностранному языку детей совместно с членами их семей; «Мы партнеры» – ежедневно в течение дня ставить детей в пары или подгруппы с хорошо (правильно) говорящими детьми на изучаемом языке для выполнения совместных заданий.

Список литературы

1. Андреева И.А. Исследование уровня социально-коммуникативного развития детей дошкольного возраста // Научно-педагогическое обозрение (Pedagogical Review). 2014. № 4 (6). С. 7–11.
2. Гудков Д.Б. Теория и практика межкультурной коммуникации. М.: Гнозис, 2003. 288 с.
3. Долгова В.И., Мельник Е.В., Карачан Н. Понятие коммуникативной компетентности в психолого-педагогических исследованиях // Научно-методический электронный журнал «Концепт». 2015. Т. 31. С. 81–85.
4. Емельянов Ю.Н. Теория формирования и практика совершенствования коммуникативной компетентности. Дис. ... д. псих. н. Л., 1990. 403 с.
5. Зинченко В.Г., Зусман В.Г., Кирнозе З.И. Межкультурная коммуникация. Учебное пособие. Нижний Новгород: НГЛУ, 2003. 191 с.
7. Курбан Е.Н., Кривошлыкова М.В. Межкультурное взаимодействие и межкультурная коммуникация: к определению аспектов // Социум и власть. 2013. № 1 (39). С. 97–101.
8. Моосмюллер А. Межкультурная компетентность и этноцентризм // Межкультурная коммуникация: парадигмы исследования и преподавания: Материалы междунар. научно-практ. конф. Красноярск: Изд-во «Красноярский государственный педагогический университет», 2003. С. 54–55.
9. Садохин А.П. Межкультурная компетентность: понятие, структура, пути формирования // Журнал социологии и социальной антропологии. 2007. Том X. № 1. С. 125–139.
10. Садохин А.П. Межкультурная компетенция и компетентность в современной коммуникации // Общественные науки и современность. 2008. № 3. С. 156–166.
11. Шамне Н.Л. Актуальные проблемы межкультурной коммуникации. Волгоград: Изд-во «Волгоградский государственный университет», 1999. 206 с.

Информация об авторах

Т.В. Неведицына – методист, Центр развития ребенка «Детский сад № 387»;

К.Б. Анкина – педагог-психолог, детский сад № 377;

Т.Г. Писарева – воспитатель, детский сад № 120.

Information about the authors

T.V. Neveditsyna – Methodologist, Child Development Center "Nursery School No. 387";

K.B. Apkina – Teacher-psychologist, Nursery School No. 377;

T.G. Pisareva – Educator, Nursery School No. 120.

ПОРЯДОК ПУБЛИКАЦИИ И РЕЦЕНЗИРОВАНИЯ СТАТЬИ

1. Содержание статьи должно соответствовать тематике журнала.
2. К изданию принимаются статьи, ранее нигде не публиковавшиеся.
3. Текст должен быть набран в текстовом редакторе Word 1997–2003, шрифт Times New Roman, размер шрифта – 14, межстрочный интервал – 1,0, поля сверху, снизу, слева, справа – 2 см, нумерация страниц сплошная, начиная с первой.
4. Графики, диаграммы не допускаются.
5. Таблицы представляются в формате Word. Таблицы в тексте должны нумероваться и иметь заголовки, размещенные над полем таблицы.
6. Объем авторского материала, включающего в себя сведения об авторе, аннотацию, ключевые слова (на русском и английском языках), а также примечания и ссылки, должен быть 10–15 страниц, а для аспирантов – 6–8 страниц.
7. В каждой научной статье журнала должны быть указаны следующие данные:
 - 1 – код УДК;
 - 2 – фамилия, имя, отчество автора (полностью);
 - 3 – ученая степень, ученое звание;
 - 4 – должность, место работы (если таковое имеется).
 - 5 – контактная информация (e-mail);
 - 6 – название статьи;
 - 7 – аннотация (200–250 слов) об актуальности и новизне темы, главных содержательных аспектах;
 - 8 – ключевые слова по содержанию статьи (5–8 слов и/или словосочетаний);
 - 9 – ссылки.

Включенные в пристатейный список библиографические описания цитируемых, рассматриваемых или упоминаемых в тексте статьи других документов связывают отсылками с конкретным фрагментом текста. При отсылке к произведению, описание которого включено в библиографию, в тексте статьи после упоминания о нем (после цитаты из него) проставляют в квадратных скобках фамилию автора, год и страницы, например: [Бондарко 2005: 25], [Leiss 2010: 234], [Fillmore 1987: 34].

Пристатейные ссылки размещаются после текста статьи, предваряются словом «Список литературы» (не менее 10), оформляются в алфавитном порядке.

При ссылке на данные, полученные из сети Internet, указывается электронный адрес первичного источника информации и дата обращения в круглых скобках, например: (дата обращения: 22.12.2019). При записи подряд нескольких библиографических ссылок на один документ в повторной ссылке приводят слова «там же» или "Ibid." (для документов, напечатанных латинским шрифтом). В повторных ссылках только на одну работу данного автора (авторов) основное заглавие и следующие за ним повторяющиеся элементы опускают или заменяют словами «Указ. соч.» или "Op. cit." (для документов, напечатанных латинским шрифтом). Сведения о цитируемых источниках приводятся в соответствии с ГОСТ 7.0.7–2021 «Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Статьи в журналах и сборниках. Издательское оформление».

9. При первом упоминании лица обязательно указываются И.О., которые отделяются пробелом от фамилии. Годы указываются только в цифрах, а не в числительных: 20-е гг., а не двадцатые годы. Не год или годы, а г. или гг. Не век или века, а в. или вв. Исключаются сокращения: др., проч., т. е., т. к. Следует писать полностью: другие, прочие, то есть, так как. Из сокращений допускаются: т. д., т. п., см. Знак % ставится значком, а не словом, если связан с цифрой, и отделяется от цифры интервалом: 3 %; в иных случаях: «процент ... превышал 30». Цифры: миллионы от тысяч и тысячи от сотен отделяются пробелом (4 700 000, 1 560 000) или могут быть заменены соответствующими сокращенными словами и аббревиатурами: тыс., млн, млрд. Названия денежных знаков даются по принятым сокращениям: долл., фр., руб., ф. ст., марка.

10. Статьи аспирантов, соискателей и кандидатов наук принимаются редакцией к рассмотрению только вместе с рецензией (оригиналом) научного руководителя или ведущего специалиста, заверенной подписью и печатью организации, в которой работает рецензент. Рукопись направляется на рецензирование специалистам в данной области исследования. К публикации принимаются статьи, прошедшие рецензирование. Решение о публикации принимается редакционным советом журнала на основании экспертных оценок рецензентов с учетом соответствия представленных материалов тематической направленности журнала, их научной значимости и актуальности.

Рукопись, получившая отрицательные отзывы, решением редакционного совета отклоняется. Нуждающаяся в доработке статья направляется автору вместе с замечаниями рецензента.

Редакция оставляет за собой право отклонять без рецензии статьи, не соответствующие профилю журнала или оформленные с нарушением правил.

11. Авторы опубликованных статей несут ответственность за точность приведенных фактов, статистических данных, собственных имен и прочих сведений, а также за содержание материалов, не подлежащих открытой публикации.

12. Представляя в редакцию рукопись своей статьи, автор берет на себя обязательство не публиковать ее ни полностью, ни частично в ином издании без согласия редакции.

14. Порядок и очередность публикации статьи определяется в зависимости от объема публикуемых материалов в каждом конкретном выпуске.

15. Редакция оставляет за собой право не публиковать статью. В случае отклонения статьи автору направляется аргументированный отказ в письменной форме. Авторы имеют право на доработку статьи или ее замену другим материалом. Материалы, переданные в редакцию, не возвращаются.

Пример оформления списка литературы:

1. Бондарко А.В. Теоретические проблемы русской грамматики. СПб.: Изд-во «Санкт-Петербургский университет», 2004. 207 с.

2. Бондарко А.В. О стратификации семантики // Общее языкознание и теория грамматики: Материалы чтений, посвященных 90-летию со дня рождения С.Д. Кацнельсона. Российская академия наук / Отв. ред. А.В. Бондарко. СПб.: Наука, 1998. С. 51–63.

3. Национальный корпус русского языка [Электронный ресурс]. URL: <http://www.ruscorpora.ru/> (дата обращения: 21.05.2018).

Пример оформления статьи:

Евразийский гуманитарный журнал. 2022. № 3. С. ...

Eurasian Humanitarian Journal. 2022. No. 3. P. ...

Научная статья

УДК ...

ЯЗЫКОВАЯ РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ТИПОЛОГИЧЕСКИХ СВОЙСТВ ТУРИСТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА В ПЕРЕВОДЕ

Иван Иванович Иванов

Пермский государственный национальный исследовательский университет,

Россия, Пермь, azxvdvs@mail.ru

Аннотация. В статье анализируются проблемы, возникающие при трансляции типологических свойств туристического дискурса. Он интегрирует в себе элементы других типов дискурса, таких как географический, рекламный, спортивный, природоохранный, гастрономический и научно-популярный. С момента своего возникновения, туристический дискурс менялся под влиянием исторических и социоэкономических условий. Сегодня туристическая коммуникация носит коммерческий характер, предполагающий взаимодействие автора и читателя, как потенциального клиента туристического бизнеса. Этот тип дискурса характеризуется диалогичностью вследствие того, что тексты составляются компетентными профессионалами, а его читателями могут быть представители очень широкой и социально неоднородной аудитории. По этой причине в текст закладывается лингвокультурная, когнитивная и эмоциональная информация для того, чтобы вызвать интерес у неподготовленного читателя, которая в обязательном порядке должна быть транслирована переводчиком. Это предполагает наличие у него рефлексии, знания культуры и истории страны, а также воспроизведения концептов и аллюзий, заложенных в тексте оригинала. Когнитивно-деятельностный подход к переводу и «распредмечивающее» понимание смысла оригинала позволяют точнее интерпретировать концептуальную программу исходного текста и передавать интенциональный смысл оригинала во всей его полноте. При этом переводчик должен учитывать, что эмоциональная информация туристического текста может содержать целый ряд манипулятивных приемов, например, прилагательные в превосходной степени, которые призваны гиперболизировать описываемые достопримечательности. Эмоционально-оценочные характеристики могут нести и элементы текста, нацеленные на передачу когнитивной информации. Их сочетание приводит к выводу о том, что исследуемый текст написан в научно-популярном стиле, целью которого является донести в доступной форме специальные знания, чтобы вызвать интерес у неподготовленного читателя. По этой причине когнитивная информация в чистом виде – терминология, встречается в тексте гораздо реже, чем в лексемах, отражающих их семантику, но несущих познавательную информацию, осложненную образами восприятия потенциального читателя данного текста.

Ключевые слова: туристический дискурс, типологические свойства, интерпретация, рефлексия, когнитивно-деятельностный подход, интенциональный смысл.

Для цитирования: Иванов И.И. Языковая репрезентация типологических свойств туристического дискурса в переводе // Евразийский гуманитарный журнал. 2022. № 3. С. 7–15.

Original article

LINGUISTIC REPRESENTATION OF TYPOLOGICAL FEATURES OF TOURIST DISCOURSE IN TRANSLATION

Ivan I. Ivanov

Perm State University, Perm, Russia, azxvdvs@mail.ru

Abstract. The article is devoted to the analysis of the problems which emerge in the process of translating the tourist discourse texts. They include the elements of other types of discourses such as geographical, advertising, sport, gastronomic and others. The tourist discourse has experienced many alterations due to historical and social factors. It has acquired commercial character due to the interrelation of its authors and the supposed tourist clients. This type of discourse resembles a dialogue between the professionals, creating the tourist text, and the potential readers of very versatile and not homogenous origin. For this reason the text contains the cultural, cognitive and emotional information, which is to attract the attention of the supposed reader and be obligatory translated. Such translation process presupposes translator's reflection of culture, history and numerous allusions of the original text. Cognitive approach to translation allows the translator to make deeper observations and reflections of the original text and give a full idea of the contents and the intentions of the author in the target language. It means that he has got proper reflections of culture, history, concepts and allusions of the original text. The cognitive approach and the non-formal understanding of the original text allows to interpret its deep structure and convey the intentional contents of it. The translator is to realize that the tourist discourse text may contain emotional information which can manipulate his perception of the text and make its contents look more attractive for a potential reader. The cognitive contents of such texts can be overlaid with emotional information and it means that such text belongs to popular style, the main idea of which is to convey special knowledge in

acceptable form to a potential reader. This is the reason for the cognitive information not to be regularly expressed by terms. For the most part such information is represented by the words which convey emotional aspect of the notions aimed at the emotional perception of the potential reader.

Keywords: tourist discourse, typological features, interpretation, reflection, cognitive approach to translation process, intentional meaning.

For citation: Ivanov I.I. Linguistic Representation of Typological Features of Tourist Discourse in Translation. Eurasian Humanitarian Journal. 2022;3:7-15. (In Russ.).

Введение

Текст Текст Текст

Основная часть

Текст Текст Текст Текст Текст Текст Текст

Заключение

Текст Текст Текст Текст Текст Текст Текст

Список литературы

1. Иванов И.И. Текст. Монография. М.: ТСС, 2020. 345 с.

Информация об авторе

И.И. Иванов – кандидат филологических наук, доцент, кафедра ..., Пермский государственный национальный исследовательский университет.

Information about the author

I.I. Ivanov – Ph.D. (Philology), Associate Professor, ... Department, Perm State University.

УСЛОВИЯ ПУБЛИКАЦИИ

1. Вы направляете нам статью, оформленную в соответствии с требованиями на электронный адрес редакции (lanaschust@mail.ru).
2. Редакционный совет рассматривает Вашу статью (60 дней).
3. При успешном рецензировании редакция высылает Вам ответ о приеме статьи.
4. Журнал выходит в соответствии с графиком.

Все статьи, размещенные на сайте, находятся в открытом доступе и могут быть использованы для цитирования, копирования, распечатывания и другого некоммерческого использования с соблюдением авторских прав.

Сайт журнала: <https://evrazgumzhurnalrussia.blogspot.com>