ISSN 2542-2197

ВЕСТНИК

МОСКОВСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО ЛИНГВИСТИЧЕСКОГО УНИВЕРСИТЕТА

ГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ

2020 12 (841)

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Год основания издания – 1940

ВЕСТНИК МОСКОВСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО ЛИНГВИСТИЧЕСКОГО УНИВЕРСИТЕТА

ГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ

Москва
ФГБОУ ВО МГЛУ
2020

12

выпуск 841

MINISTRY OF SCIENCE AND HIGHER EDUCATION
OF THE RUSSIAN FEDERATION

FEDERAL STATE BUDGETARY
EDUCATIONAL INSTITUTION OF HIGHER EDUCATION
“MOSCOW STATE LINGUISTIC UNIVERSITY”

The year of foundation – 1940

VESTNIK OF MOSCOW STATE LINGUISTIC UNIVERSITY

HUMANITIES

Moscow
FSBEI HE MSLU
2020

12

Issue 841

Печатается по решению Ученого совета
Московского государственного лингвистического университета

Главный редактор
доктор филологических наук профессор ***Г. Г. Бондарчук***

РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ

Алиева Н. М., д-р филол. наук, проф. (Азербайджан)
Воронина Г. Б., канд. филол. наук, проф. (МГЛУ)
Гаспарян Г. Р, д-р филол. наук, проф. (Армения)
Голубина К. В., канд. филол. наук, проф. (МГЛУ)
Гомес М. К., проф. лингвистики (Кадис, Испания)
Дудик Н. А., канд. филол. наук (МГЛУ)
Имомзода М. С., д-р филол. наук, проф. (Таджикистан)
Ирисханова К. М., канд. филол. наук, проф. (МГЛУ)
Ирисханова О. К., д-р филол. наук, проф. (МГЛУ)
Краева И. А., канд. филол. наук, проф. (МГЛУ)
Красноженова Г. Ф., д-р социол. наук, проф. (МГЛУ)
Кунанбаева С. С., д-р филол. наук, проф. (Казахстан)
Медведева Т. В., канд. филол. наук, проф. (МГЛУ)
Моисеенко Л. В., д-р филол. наук, проф. (МГЛУ)
Мусаев А. И., д-р филол. наук, проф. (Кыргызстан)
Писанова Т. В., д-р филол. наук, проф. (МГЛУ)
Радченко О. А., д-р филол. наук, проф. (Россия)
Русецкая М. Н., д-р пед. наук, проф. (Россия)
Сорокина Т. С., д-р филол. наук, проф. (МГЛУ)
Убин И. И., д-р филол. наук, проф. (МГЛУ)

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ

Бондарев А. П., д-р филол. наук, проф.
Василюк И., канд. филол. наук
Воробьев В. В., д-р филол. наук, проф.
Ганин В. Н., д-р филол. наук, проф.
Голубкова Е. Е., д-р филол. наук, проф.
Гусейнова И. А., д-р филол. наук, доц.
Евдокимов А. Ю., академик РАЕН, д-р техн. наук, канд. культурологии, доц.
Евтушенко О. В., д-р филол. наук, доц.
Жаринов Е. В., д-р филол. наук, доц.
Жданова Л. М., канд. филол. наук, доц.
Захари Захариев, д-р филол. наук, проф.
Карневская Е. Б., канд. филол. наук, проф.
Косиченко Е. Ф., д-р филол. наук, доц.
Кузнецов В. Г., д-р филол. наук, проф.
Малыгина И. В., д-р филос. наук, проф.
Осьминина Е. А., д-р филол. наук, проф.
Полетаева М. А., канд. культурологии, доц.
Порохницкая Л. В., д-р филол. наук
Потапова Р. К., д-р филол. наук, проф.
Семина И. А., д-р филол. наук, доц.
Силантьев Р. А., д-р истор. наук, доц.
Собакин А. Н., д-р филол. наук, доц.
Сомова Е. В., д-р филол. наук, проф.
Сухарев Ю. А., д-р филос. наук, проф.
Тёмкин В. А., канд. истор. наук, доц.
Толкачев С. П., д-р филол. наук, проф.
Травников С. Н., д-р филол. наук, проф.
Трыков В. П., д-р филол. наук, проф.
Уралова Л. А., канд. филол. наук, доц.
Фадеева Г. М., канд. филол. наук, доц.
Харитончик З. А., д-р филол. наук, проф.
Хитина М. В., д-р филол. наук, доц.
Цветаева Е. Н., канд. филол. наук, доц.
Ченки А. Дж., д-р наук по славянским языкам
Чернозёмова Е. Н., д-р филол. наук, проф.
Янулевичене В., д-р гуманитарных наук, проф.

СОДЕРЖАНИЕ

ЯЗЫКОЗНАНИЕ

Агранат Т. Б.
Бесписьменный язык как источник исторических свидетельств: превербы в сето 9

Зибен Ю.
Немецкоязычный аутентичный путеводитель как особый тип лингвострановедческого текста (*на нем. яз.*) 18

Имбер С. Ю.
Разговорная речь в социальных сетях (на примере комментариев к новостным публикациям в «Instagram») 31

Карасик В. И.
Лабиринт как символ: векторы интерпретации 46

Коптелова И. Е.
Конвенциональные темы в победных речах Президента РФ В. В. Путина 56

Коренева Е. В.
Развитие электронных корпусов в современной испанской лексикографии 67

Крюкова О. С.
К вопросу об этимологии и семантической истории слова «дистанция» и его производных 78

Кузьмин О. И.
О динамике развития основных концепций автоматизированного перевода 88

Леонтович О. А.
Проблема социальной видимости с позиций медиаурбанистики 99

Мурашова Е. П.
Функции ретро в маркетинговой коммуникации
(на материале англо-, немецко- и русскоязычной рекламы
парфюмерно-косметической продукции) 112

Мотовских Л. В.
Классификация медиатекстов
с использованием машинного обучения 124

Писанова Т. В., Гусейнова И. А.
Эритажные языки в эпоху цифровой трансформации 131

Раренко М. Б.
Лингвокультурные параметры вербализации
социальной гармонии 147

Трошина Н. Н.
Теория национальной вариативности немецкого языка в научном
наследии Э. Г. Ризель и современный научный дискурс 158

Фадеева Г. М.
Общекультурная и текстовая значимость
литературных аллюзий в художественном тексте 171

Хорькова И. В.
Этимология теонимов в трудах христианских апологетов 186

ЛИТЕРАТУРОВЕДЕНИЕ

Зейферт Е. И.
Методология исследования литературы российских немцев 200

Лозинская Е. В.
Между поэтикой и риторикой:
теория новеллы в эпоху Чинквеченто 212

КУЛЬТУРОЛОГИЯ

Трушина К. Д.
Советский дизайн в контексте культурной дипломатии 224

Шевлякова Д. А.
Символы итальянской национальной культуры
на почтовых марках итальянских колоний (1920–1941 гг.) 236

CONTENTS

LINGUISTICS

Agranat T. B.
Non-written Language as a Source of a Historical Evidence:
Preverbs in Seto 9

Sieben Yu.
German Authentic Guidebook
as a Special Type of Linguistic Text 18

Imber S. Yu.
Colloquial Language in Social Networks:
Instagram Comments in News Groups 31

Karasik V. I.
Labyrinth as a Symbol: Vectors of Interpretation 46

Koptelova I. Ye.
Conventional Topics in Victory Speeches
of Russian President V. V. Putin 56

Koreneva E. V.
Development of Electronic Corpora
in Modern Spanish Lexicography 67

Kryukova O. S.
On Etymology and Semantic History of the Word “Distance”
and its Derivatives 78

Kuzmin O. I.
The Dynamics of Development of the Main Concepts
of Automated Translation 88

Leontovich O. A.
Social Visibility from the Perspective of Urban
Communication Studies 99

Murashova E. P.
Functions of Retro in Marketing Communication
(an analysis of English-, German- and Russian-language
beauty advertisements) 112

Motovskikh L. V.
Mediatexts Classification Using Machine Learning 124

Pisanova T. V., Guseynova I. A.
Heritage Languages in the Digital Transformation Era 132

Rarenko M. B.
Linguistic and Cultural Parameters of Social Harmony Verbalization 147

Troshina N. N.
The Theory of National Varieties of the German Language
in the Scientific Heritage of E. G. Riesel
and Modern Scientific Discourse 158

Fadeeva G. M.
Universal Cultural and Textual Significance of Literary Allusions
in Texts of Fiction 171

Khorkova I. V.
Etymology of Theonyms in the Works of Christian Apologists 186

LITERARY STUDIES

Seifert E. I.
Research Methodology of Literature of Russian Germans 200

Lozinskaya E. V.
Between Poetics and Rhetoric: the Theories of Novella
in the Italian Cinquecento 212

CULTUROLOGY

Trushina K. D.
Soviet Design in the Context of Cultural Diplomacy 224

Shevlyakova D. A.
The Creation of an Image of the Metropolis in the Postage Stamps
of the Italian Colonies (1920–1941) 236

УДК 811.511.11

Т. Б. Агранат

доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры общего
и сравнительного языкознания Московского государственного лингвистического
университета; ведущий научный сотрудник Института языкознания РАН;
e-mail: tagranat@yandex.ru

БЕСПИСЬМЕННЫЙ ЯЗЫК КАК ИСТОЧНИК ИСТОРИЧЕСКИХ СВИДЕТЕЛЬСТВ: ПРЕВЕРБЫ В СЕТО[1]

В статье предпринимается попытка пересмотреть устоявшуюся в финно-угроведении точку зрения на происхождение превербов в прибалтийско-финских языках под влиянием контактов с индоевропейскими языками. По мнению автора, об исконности превербов свидетельствует их более высокая частотность в эстонских диалектах, чем в литературном языке, который, в отличие от диалектов, в меньшей степени подвергся немецкому влиянию. Важным доказательством справедливости данной точки зрения является то, что частотность превербов в сето такая же, как в среднем по эстонским диалектам и соответственно намного выше, чем в литературном языке. Влияние немецкого языка на сето по описанным в статье причинам практически отсутствовало.

Ключевые слова: превербы; прибалтийско-финские языки; эстонский язык; сето.

T. B. Agranat

Doctor of Philology (Dr. habil.), Associate Professor,
Professor at the Department of General and Comparative Linguistics,
Moscow State Linguistic University; Leading Researcher,
Institute of Linguistics, Russian Academy of Sciences;
e-mail: tagranat@yandex.ru

NON-WRITTEN LANGUAGE AS A SOURCE OF A HISTORICAL EVIDENCE: PREVERBS IN SETO

The article revises the established point of view in finno-ugric studies on the origin of preverbs in the Finnic languages under the influence of contacts with Indo-European languages. According to the author, the primordial nature of preverbs is

[1] Работа поддержана грантом РФФИ, проект № 18-012-00802.

CC BY

evidenced by their significantly higher frequency in Estonian dialects than in the literary language, which has been much more influenced by German than the dialects. An important proof of the validity of this point of view is that the frequency of preverbs in Seto is the same as the average for Estonian dialects and, accordingly, much higher than in the literary language. The influence of the German language on seto was practically absent for the reasons described in the article.

Key words: preverbs; Finnic languages; the Estonian language; Seto.

Введение

Под превербами в современной типологии понимаются пространственные модификаторы глагола, которые участвуют в формировании категории так называемой глагольной ориентации [Плунгян 2002]. Превербы прототипически кодируют пространственные значения, относящиеся к данной категории.

С формальной точки зрения превербами считаются такие элементы, которые, по крайней мере, в большинстве случаев, занимают префиксальную позицию по отношению к глагольному корню, т. е. эти же элементы в других случаях могут оказаться в иных позициях в предложении. Таким образом, элементы со сходной семантикой, которые никогда не занимают контактную левую позицию относительно глагола, не называются превербами. Превербы присоединяются к глаголам, обозначающим перемещение, и определяют какие-либо аспекты пространственного расположения их актантов, это значение является «ядерным». При широком понимании к превербам относят те показатели, у которых пространственные значения не являются центральными или даже вовсе отсутствуют, но которые в системе данного языка входят в один морфологический класс с пространственными превербами, в частности, имеющие аспектуальную семантику [Аркадьев 2015].

История вопроса

Превербы встречаются во многих уральских языках [Keifer, Honti 2003]. Они представлены в разном количестве во всех прибалтийско-финских языках, больше всего в эстонском литературном языке и его диалектах, а также в идиоме сето.

Уже давно, начиная с Ю. Мягистэ [Mägiste 1937], в финно-угроведении устоялась точка зрения, что прибалтийско-финским языкам исторически не были свойственны превербы, и они появились под

влиянием индоевропейских языков; причем у разных прибалтийско-финских языков были контакты с разными индоевропейскими языками. На самых ранних этапах создания литературных эстонского и финского языков превербы возникли как кальки: в эстонском – с немецкого, в финском – со шведского при переводе Библии М. Агриколой. Вепсский не калькировал, а заимствовал русские приставки *до-* и *пере-*. В ливский попало гораздо больше латышских префиксов: *ais* (*ver-*); *ap* (*nach-*); *at* (*wieder-*); *ie* (*be-*); *is* (*aus-*); *nuo* (*ab-*); *pa* (*ein-*); *pie* (*über-*); *põr* (*vor-*); *sa* (*zusammen-*); *us* (*auf-*) (в скобках Ю. Мягистэ дает перевод на немецкий язык, чтобы передать их семантику). Однако при нормировании языка от этих префиксов отказались, поскольку их не было в реальном узусе.

Далее Ю. Мягистэ в качестве примеров приводит калькирование глагола со значением «недооценивает» (превербы для наглядности отделены дефисом):

1) из шведского в финский: *ali-arvioida* < *under-skatta*;
2) из немецкого в эстонский: *ala-hindab* < *unter-schätzen* [Mägiste 1937].

Более чем через полвека автор работы об эстонских превербах К. Хассельблатт, продолжая традицию, пишет, что, хотя глаголы с превербами составляют существенный раздел эстонской лексики, они не могут рассматриваться как исконные, поскольку по своим свойствам похожи на немецкие эквиваленты. Он считает, что около 60 % глаголов с превербами в литературном эстонском языке более или менее идентичны своим немецким аналогам с семантической и функциональной точек зрения. Анализируя возникновение таких глаголов в эстонском языке, К. Хассельблатт делит их на три группы:

1) немецкие кальки (на основе таких критериев, как образность, избыточность преверба и т. д.);
2) небольшая группа «темных случаев», возможные переводы с других языков и т. п.;
3) конструкции, которые нельзя описать как кальки, а скорее надо рассматривать как «логические конструкции», например, как комбинации глаголов движения с наречиями места [Hasselblatt 1990].

Действительно, немецкое влияние на эстонский литературный язык было очень велико, первые эстонские тексты были написаны

иностранцами. В средневековой Эстонии доля немцев среди городского населения была весьма значительной, поэтому в городах были постоянные устные контакты, в сельской местности их также избежать было невозможно. Эстонско-немецкие контакты осуществлялись через церковь, поскольку пасторы в основном были немцами. Таким образом осуществлялось влияние немецкого языка и на эстонские диалекты[1].

Частотность превербов в эстонских диалектах и литературном языке

Подробного анализа функционирования превербов в эстонских диалектах, насколько нам известно, не делалось. Существует небольшое корпусное исследование употребления глаголов с превербами в эстонских диалектах [Uiboaed 2010]. В таблице 1 приводятся статистические данные по фразовым глаголам (глаголам с превербами) диалектов и литературного языка на 100 тыс. словоупотреблений. В соответствии с эстонской орфографией превербы пишутся отдельно от глагола. Цифра около фразового глагола означает его частотность. В левой колонке дано по убыванию среднее количество фразовых глаголов на 100 тыс. словоупотреблений по всем диалектам, в правой – в литературном языке.

Таблица 1

Диалекты	Литературный язык
ära minema 54	vastu võtma 23
ära võtma 50	välja tulema 19
ära saama 46	tagasi tulema 12
välja tulema 46	ette võtma 11
ära surema 40	kaasa tooma 11
peale panema 37	välja nägema 9
ära tulema 36	välja andma 8
sisse panema 35	ette kujutama 8

[1] См. подробно [Laanekask, Erelt 2003; Metslang 2001; Müller & Schlotthauer 2011].

Продолжение таблицы 1

Диалекты	Литературный язык
ära viima 33	ära võtma 8
välja minema 24	ette nägema 8
välja võtma 22	ära minema 7
ära kaduma 20	maha jätma 7
kinni panema 20	alla kirjutama 7
üles panema 19	läbi viima 7
sisse minema 19	esile kutsuma 7

Нетрудно заметить, что частотность фразовых глаголов в диалектах выше, чем в литературном языке. Ниже, на рисунке 1, показано распределение частотности превербов в диалектах и литературном эстонском языке, без привязки к глаголам. Наиболее частотным в диалектах оказался преверб *ära* – около 500 на 100 тыс. словоупотреблений, в литературном языке у данного преверба продуктивность почти в пять раз меньше. Второй по продуктивности в диалектах преверб *välja*, в литературном языке его частотность почти такая же, как у *ära*. Таким образом, очевидна значительно большая употребительность превербов в диалектах, чем в литературном языке.

Эстонский литературный язык формировался, с одной стороны, на базе разговорного, с другой – на основе индоевропейских языков, главным образом немецкого и латинского, у которых была более ранняя письменная традиция. Синтаксис литературного и разговорного языков сильно различаются. Что касается литературной лексики, лишь небольшая ее часть взята из народного эстонского языка. Помимо этого, ранние тексты были в основном написаны иностранцами или людьми, получившими образование за границей. Тексты по большей части были переводными, поэтому их язык сильно отличался от разговорного языка на всех уровнях, включая синтаксис и даже морфологию [Laanekask, Erelt 2003, с. 279].

Если сопоставить, с одной стороны, более значительное влияние индоевропейских языков на эстонский литературный язык, чем на его диалекты, и, с другой стороны, бóльшую частотность фразовых

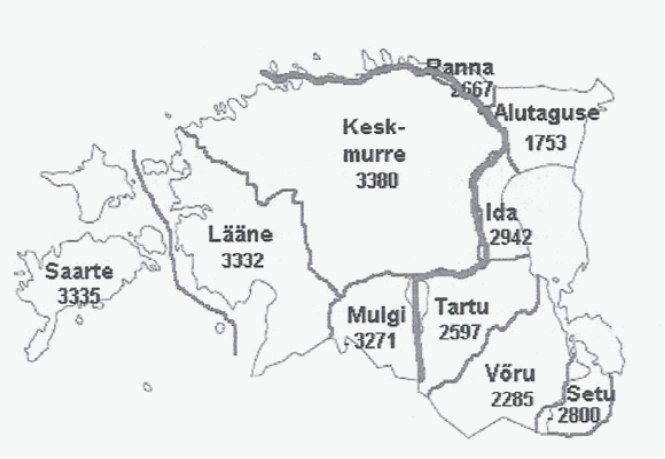

Рис. 1

глаголов, а значит, и самих превербов, в диалектах, по сравнению с литературным языком, то неизбежно вызывает сомнение вывод о неисконном происхождении превербов в эстонском языке.

К. Уибоаед в своей статье «Фразовые глаголы в эстонских диалектах» приводит карту, на которой представлена частотность фразовых глаголов на 100 тыс. словоупотреблений по диалектам [Uiboaed 2010, с. 24].

Частотность превербов в сето

Заметно незначительное колебание частотности превербов по диалектам. Автор, следуя старой традиции, причисляет идиом сето к эстонским диалектам и отражает его на рисунке 1. Как можно видеть, по частоте встречаемости превербов сето занимает ровно срединную позицию.

Сето до недавнего времени считался говором выруского диалекта эстонского языка, затем – диалектом эстонского языка. Сейчас всё больше лингвистов признают сето отдельным языком[1].

Сето – небольшая этническая группа, исконно проживающая на территории Печорского района Псковской области и юго-восточной

[1] О классификациях эстонских диалектов в различные исторические периоды см. [Pajusalu 2003, с. 234–260].

части Эстонии[1]. На рубеже XIX–XX веков довольно большая группа представителей сето переселилась в Сибирь в рамках Столыпинской аграрной реформы. В настоящее время в Красноярском крае незначительное число компактно проживающих потомков переселенцев сохраняют свой язык[2].

Идиом сето, хотя и не считался до последнего времени самостоятельным языком, однако по экстралингвистическим причинам развивался достаточно обособлено. Дело в том, что сето, в отличие от эстонцев, никогда не были лютеранами, они приняли православие в XV веке, и, соответственно, их язык не мог испытать на себе немецкого влияния в церковной сфере. Ср. также: православные сето не принимали участия в развитии эстонского литературного языка [Laanekask, Erelt 2003, с. 273].

Идиом сето никогда не имел письменности, поэтому в него не могли попасть кальки при переводе с других языков. Тем не менее в идиоме сето, как видим, присутствуют те же превербы, что и в литературном эстонском языке, а также в его диалектах. Проживавшие в Российской империи сето были неграмотными, с 1920 года, когда они оказались в буржуазной Эстонии, их стали обучать в школе на эстонском языке. Можно было бы предположить, что превербы попали в сето из эстонского языка. Но в начале XX века довольно большая часть сето, никогда не учившаяся на эстонском языке, переселилась в Сибирь.

Заключение

Автором настоящей статьи проводились полевые исследования идиома сето в Псковской области и в Красноярском крае, которые показали, что, несмотря на очень большую идиолектную вариативность в разных областях грамматики, превербы функционируют одинаково у всех носителей как на исконной территории, так и в Сибирских говорах. Это же подтверждает выборка К. Уибоаед, в которую попали только северные и западные говоры, т. е. распространенные в Эстонии. Таким образом, можно сделать вывод об исконности превербов в прибалтийско-финских языках.

---

[1] Подробно об эстонских сето см. [Chalvin 2015]; о языке, культуре и традициях печорских сето см. [Агранат 2019].

[2] О сибирских сето см. [Агранат 2020].

Мы имеем дело с довольно нетривиальной ситуацией, когда данные бесписьменного языка вносят коррективы в диахроническую теорию, построенную на материале относительно давних письменных памятников.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ / REFERENCES

Агранат Т. Б. Язык, культура и традиции печорских сето // Вестник МГЛУ. Гуманитарные науки. 2019. Вып. 4 (820). С. 219–226. [Agranat, T. B. (2019). Language, culture and traditions of the Pechora Seto. *Vestnik of Moscow State Linguistic University. Humanities, 4*(820), 219–226. (In Russ.)].

Агранат Т. Б. Сето в Сибири // Материалы Всероссийской научной конференции с международным участием «Бубриховские чтения: задокументированное народное слово» (Петрозаводск, 27–28 октября 2020 г.). Петрозаводск: ПетрГУ, 2020. С. 38–41. [Agranat, T. B. (2020). Seto v Sibiri. (Seto in Siberia). In *Materialy Vserossijskoj nauchnoj konferencii s mezhdunarodnym uchastijem "Bubrihovskije chtenija: zadokumentirovannoje narodnoje slovo"* (Petrozavodsk, 27–28 okt'abr'a 2020) (pp. 38–41). Petrozavodsk: Petrozavodsk State University. (In Russ.)].

Аркадьев П. М. Ареальная типология префиксального перфектива (на материале языков Европы и Кавказа). М.: ЯСК, 2015. [Arkadiev, P. M. (2015). Areal'naja tipologija prefiksal'nogo perfektiva (na materiale jazykov Evropy i Kavkaza) (*Areal typology of prefixal perfective (based on the material of the languages of Europe and the Caucasus*)). Moscow: JaSK. (In Russ.)].

Плунгян В. А. О специфике выражения именных пространственных характеристик в глаголе: категория глагольной ориентации // Плунгян В. А. (ред.). Исследования по теории грамматики. Вып. 2. Грамматикализация пространственных значений. М.: Русские словари, 2002. С. 57–98. [Plungian, V. A. (2002). O specifike vyrazhenija imennyh prostranstvennyh harakteristik v glagole: kategorija glagolnoj orijentacii. (*On the specifics of the expression of nominal spatial characteristics in a verb: the category of verbal orientation*). In Plungian, V. A. (ed.), *Grammatikalizacija prostranstvennyh znachenij* (pp. 57–98). Moscow. (In Russ.)].

Chalvin A. Les Setos d'Estonie. Armeline, Crozon, 2015.

Hasselblatt C. Das estnische Partikelverb als Lehnübersetzung aus dem Deutschen (Veröffentlichungen der Societas Uralo-Altaica 31). Wiesbaden: Harrassowitz, 1990.

Kiefer F., Honti L. Verbal prefixation in the Uralic languages // Acta linguistica hungarica. 2003. Vol. 1–2. P. 137–153.

Laanekask H., Erelt T. Written Estonian // Erelt M. (ed.), Estonian Language. Linguistica Uralica, suplementary series. 2003. Vol. 1. P. 273–342.

Mägiste J. Laenatud indo-euroopa verbiprefikseist läänemeresm keelis // Eesti keel. N 3, 1937. P. 65–85.

Metslang H. On the developments of the Estonian aspect: The verbal particle ära // Dahl Ö. and Koptjevskaja-Tamm M. (eds). Circum-Baltic languages: Typology and contact. Vol. 2. Grammar and Typology. Amsterdam / Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 2001. P. 443–480.

Müller F., Schlotthauer S. Estonian and German Verb-Particle Combinations and Argument Restructuring. Language Contact in Times and Globalization (SSGL 38). Amsterdam, New-York: Rodopi, 2011. P. 155–176.

Pajusalu K. Estonian dialects // Erelt M. (ed.). Estonian Language. Linguistica Uralica. Supplementary series. Vol. 1. 2003. P. 231–272.

Uiboaed K. Ühendverbid eesti murretes // Keel ja Kirjandus. N. 1. 2010. P. 17–36.

УДК 81'1

Ю. Зибен

аспирант Института славяно- и угроведения
Берлинского университета имени В. Гумбольдта;
e-mail: artemenko_yuliya@mail.ru

НЕМЕЦКОЯЗЫЧНЫЙ АУТЕНТИЧНЫЙ ПУТЕВОДИТЕЛЬ КАК ОСОБЫЙ ТИП ЛИНГВОСТРАНОВЕДЧЕСКОГО ТЕКСТА

В статье рассмотрены немецкоязычные путеводители, которые представляют собой с лингвистической точки зрения креолизованный текст, подлежащий изучению с позиций интегративных теорий, включающих не только лингвострановедение, но и интерлингвокультурологию. Выделены основные виды немецкоязычного путеводителя. Выявлены прецедентные элементы путеводителя – цитата и эпиграф. Рассмотрена проблема транскрибирования русизмов в немецкоязычном путеводителе.

Ключевые слова: путеводитель; интерлингвокультурология; креолизованный текст; интертекст; гипертекст; базовая и периферийная информация; транслитерация; трансплантация; реалии.

Yu. Sieben

PhD student, Department of Slavic and Hungarian Studies,
Humboldt University (Berlin); e-mail: artemenko_yuliya@mail.ru

GERMAN AUTHENTIC GUIDEBOOK AS A SPECIAL TYPE OF LINGUISTIC TEXT

The untranslated German guidebooks were analyzed in the paper. According to the linguistic, the guidebook is a creorated text to be studied from the standpoint of integrative theories, including not only linguistic science, but also interlingual cultural science. We consider the main types of the text of the guidebook. Was considered, that the most frequent case elements in the guidebook are the quote and epigraph, which are the main forms of inter-textual verbalization. Was analyzed the problem of transcribing Russianisms in the guidebook.

Key words: guidebook; interlingual cultural studies; creorated text; intertextuality; hypertext; basic and peripheral information; transliteration; transplantation; realities.

Einleitung

Die Notwendigkeit einer detaillierteren und genaueren Erforschung von Komponenten der materiellen und geistigen Kultur ist heutzutage durch die Rolle der Informationsprozesse und die immer steigende Notwendigkeit

CC BY

der Suche nach den Mitteln bedingt, die eine effektivere Verständigung im Bereich der interkulturellen Kommunikation gewährleisten können. Der Reiseführer ist genau solch ein Bestandteil der Kultur jedes Volkes.

Der moderne kommunikativ-diskursive Raum wird unter Bedingungen der Internationalisierung einer Diskussion bezüglich des Überdenkens der Funktionen sowie der gewöhnlichen und der verfestigten Typen eines Textes unterzogen. Der moderne deutschsprachige Reiseführer stellt keine Ausnahme dar.

Deutschsprachiger authentischer Reiseführer als eine besondere Textart

Linguolandeskundliche Analyse eines Reiseführers

Die empirische Analyse zeigt, dass ein Reiseführer unter Bedingungen der interkulturellen Kommunikation nicht nur die traditionelle informativ-unterhaltsame, sondern auch die imagebildende Funktion realisieren soll. Unter diesem Aspekt ist die Auswahl der lexikalischen Einheiten, die eines linguokulturologischen Kommentars bedürfen, ausschlaggebend.

Die Untersuchung eines Reiseführers vom Gesichtspunkt der Linguolandeskunde aus kann es zulassen, eine Vorstellung von den typologischen Parametern, dem Inhalt, sprachlichen Charakteristiken und vom Potential eines authentischen Reiseführers als eines Texttyps im Sinne eines linguokulturell – relevanten Phänomens zu formulieren.

„Ein Reiseführer stellt eine komplex organisierte vielseitige Struktur dar, die umfangreiche populärwissenschaftliche Informationen mit Alltagsinformationen verbindet, ohne einen Anspruch auf Wissenschaftlichkeit und Striktheit zu haben. Man kann sagen, dass der Reiseführer den Reiseraum in zwei Teile unterteilt: „einen sakralen“ und einen profanen, wobei jeder Teil unterschiedliche Informationsarten, unterschiedliche Auskunftsformen, unterschiedlichen Darlegungsstil verwendet“ [Руцинская 2013, S. 26].

Einerseits sind es Texte, die zielorientiert empirische Informationen über entsprechende Region darstellen, andererseits beinhalten diese Texte sozial-kulturelle Besonderheiten der Region. Der Reiseführer stellt ein multifunktionales Phänomen der Massenkultur dar. Außer der anerkannten Auskunftsfunktion tut ein Reiseführer Folgendes:

– bildet neue Verhaltensstereotype,

– reguliert den Verbrauchsprozess der kulturellen Werte unter neuen sozial-kulturellen Umständen,
– vermittelt professionelle wissenschaftliche Kenntnisse auf einem Alltagsniveau,
– erfüllt Werbe – und Imagefunktion [Руцинская 2013, S. 18].

Eine ähnliche, aber genauere Definition wird in der englischen dreibändigen Enzyklopädie "Literature of Travel and Exploration" gegeben: „Nicht fiktionalisierte Beschreibung eines bestimmten geografischen Gebiets, die als Ratgeber für künftige Reisende benutzt wird." Daraus lässt sich schlussfolgern, dass Reiseberichte der Pilger oder Touristen bedingt durch ihren autobiografischen Charakter nicht zu Reiseführern gehören, obwohl sie den Lesern bei der Reiseplanung sehr hilfreich sein können [Grushow 2003, S. 51].

Im Wörterbuch «Langenscheidt Großwörterbuch Deutsch als Fremdsprache» wird Reiseführer wie folgt definiert: «Reiseführer der; ein Buch, das über alles informiert, was in einem Land oder in einer Stadt (für den Touristen) wichtig ist: ein zuverlässiger Reiseführer»[1].

Es ergibt sich daraus, dass nicht jede Ausgabe, die dem Reisenden zur Organisation seiner Reise verhilft, als ein Reiseführer gilt, sondern nur die Nachschlagewerke, in denen praktische Informationen (Anreise, Übernachten, Essen & Trinken etc.) mit kulturhistorischen und anderen Bildungsinformationen kombiniert werden [Киселева 2008, с. 15].

So werden Reiseführer als Bücher verstanden, die nicht nur Beschreibung eines geografischen oder kulturellen Raums (Stadt, Region, Land) enthalten, sondern solche Werke, die zur Werbung eines bestimmten Objekts beitragen. Gleichzeitig ist ein Reiseführer ein linguolandeskundlicher Text, der dazu dient, den Leser, mit einer fremden (neuen) Realität bekannt zu machen.

Reiseführer verhelfen dazu, die Kenntnisse über die Kultur eines Volks aufzubewahren und zu verbreiten. Sie unterscheiden sich von den anderen Texttypen dadurch, dass kulturspezifische Informationen im Vordergrund stehen, weil die zu beschreibende Kultur mit ihren eigenen Begriffen erklärt und so verstanden werden soll.

[1] URL: http://german_as_foreign.deacademic.com/21729/Reisef%C3%BChrer

Analyse eines deutschsprachigen Reiseführers vom Standpunkt der Interlinguokulturologie

In der vorliegenden Forschung wurden Russland-Reiseführer vom Gesichtspunkt aus einer linguistischen Disziplin – Interlinguokulturologie – betrachtet, die eine Fremdsprache der interkulturellen Kommunikation untersucht, die auf russische Kultur orientiert ist.

Für die Analyse wurden nur die Nachschlagewerke ausgewählt, die an Touristen gerichtet sind und die in anderen Sprachen über eine spezielle Bezeichnung verfügen: travel guides im Englischen, Reiseführer im Deutschen.

Es wurden nicht übersetzte authentische Reiseführer analysiert, die einen der Texttypen für fremdsprachige Kulturbeschreibung darstellen. Fremdsprachige Kulturbeschreibung bedeutet die Zusammenwirkung von zwei Sprachkulturen – einer internen (eigenen) und externen (fremden) in der Zweisprachigkeit. „Im Großen und Ganzen besteht die Reiseliteratur aus den Eindrücken des Vertreters einer Kultur über die andere. Zwei Begriffe prägen dieses Genre: „fremde“ und „eigene“ Welt. Das gesuchte Reiseergebnis ist immer der Vergleich des „Fremden“ mit dem „Eigenen““ [Деремедведь 2002, S. 105].

Es wurden bereits viele Versuche unternommen, Reiseführer zu klassifizieren. In Bezug auf Ziele der vorliegenden Forschung wurde die dominante Textfunktion als Grundwert ausgewählt. Reiseführer kann man unterteilen in:

- informative, wenn die Mitteilungsfunktion vorherrscht,
- werbliche, wenn die Einwirkungsfunktion vorherrscht,
- werblich-informative / informativ-werbliche, wenn keine der beiden Funktionen vorherrscht.

Ausschlaggebend für die Klassifikation sind Methoden der Beschreibung der Sehenswürdigkeiten, Vorhandensein eines „technischen“ Blocks und das Anschauungsmaterial.

Durch die durchgeführte Analyse lässt sich die klare Abhängigkeit linguolandeskundlicher Einheiten von der dominanten Textfunktion verfolgen. Erstens weisen informative Reiseführer eine höhere Anzahl an Realien auf, als werbliche Reiseführer. Zweitens zeigen informative Reiseführer mehr Vielfalt in Bezug auf die Einführung der linguolandeskundlichen Einheiten in die Texte im Gengensatz zu werblichen Reiseführern.

In den werblichen Reiseführern hingegen ist die Tendenz zu erkennen, linguolandeskundliche Einheiten zu nivellieren, sie an die Gastkultur anzupassen, was einen Beweis für das „Domestizierungsprinzip“ darstellt. In den informativen Reiseführern wird ein besonderer Wert auf kulturelle Verschiedenheiten, so wird in Bezug auf linguolandeskundliche Einheiten ein „Verfremdungsprinzip“ verwendet. Werblich-informative Reiseführer nehmen einen dazwischenliegenden Platz ein.

Die Komparation der Einführungsmethoden von linguolandeskundlichen Einheiten in Texte der mehrsprachigen Reiseführer ergibt, dass das Vorhandensein der linguolandeskundlichen Einheiten und deren Einführungsmethoden nur gering von der Verfassungssprache beeinflusst werden. Die Methoden zur Übertragung der linguolandeskundlichen Einheiten stimmen meistens überein. Ausschlaggebende Faktoren sind Textempfänger, Typ des Reiseführers und Homogenität bzw. Heterogenität der Alphabete der zu beschreibenden Kultur und der Zielsprache.

Die Analyse der Reiseführer ergibt, dass der inhaltliche Teil der beiden Reiseführertypen trotz der Art- Umfang- und Zweckunterschiede nahezu gleich ist und somit ihr Basisteil bildet. Er wird folgendermaßen aufgebaut: Geschichte und Kultur; Kunst und Kultur, Sehenswertes; Stadtplan; Ausflüge und Touren; Reiseinformation; Hotels und Restaurants, Einkaufen, Unterhaltung; praktische Hinweise, im Notfall. Somit verfügt der Reiseführer über eine klar definierte Struktur und Komposition.

Deutschsprachiger Reiseführer als ein semiotisch erweiterter Text, seine Analyse

Bei der Analyse einiger Texttypen wurden von modernen Sprachwissenschaftlern solche Begriffe wie *kreolizovannyj tekst*, (ein kreolisierter Text) *intertekst* (Intertext), *gipertekst* (Hypertext) eingeführt. Die genannten Begriffe sollen bei der Analyse eines Reiseführers als eines semiotisch erweiterten Textes verwendet werden. In Bezug auf einen Reiseführer scheint der Begriff *ein kreolisierter Text* dadurch angemessen zu sein, weil die Hauptaufgabe des Verfassers darin besteht, dem Leser die bestmöglichen Bedingungen für das Textverständnis zu schaffen. Auf dieser Grundlage, unter Berücksichtigung des Charakters und des Zwecks der zu analysierenden Textsorte, kann der Autor die Verwendung von bestimmten Ausdrucksmitteln variieren. Die Kombination der verbalen und nonverbalen Ausdrucksmittel der Informationsübertragung bildet den

kreolisierten (kombinierten) Text [Сорокин, Тарасов 1990]. In Texten solcher Art hat eine bildvisuelle Reihe die entscheidende Bedeutung für die Textwahrnehmung.

Auf solche Weise gilt der Reiseführer gleichzeitig als ein Phänomen der linguovisiellen Kommunikation. Das Verhältnis des verbalen und nonverbalen Teils unterscheidet sich je Reiseführer. Der Kreolisierungsgrad hängt vom Typ und dem Umfang des Reiseführers.

Die Untersuchung ergibt, dass der Begriff *Intertext* für einen Reiseführer von Bedeutung ist, weil er es erlaubt, die Rolle und Bedeutung der häufigsten Präzedenzelemente in unterschiedlichen Typen von deutschsprachigen Reiseführern zu bestimmen.

Die Analyse der Reiseführer zeigt, dass Zitat[1] und Epigraph[2] als die häufigsten Präzedenzelemente in einem Reiseführer gelten. Sowohl ein Epigraph als auch ein Zitat gehören zu den Hauptformen der Verbalisierung der Intertextualität.

Zum Beispiel in dem «Reiseführer plus St. Petersburg: mit Maxi-Faltkarte zum Herausnehmen» wurde so ein Präzedenzelement wie Zitat verwendet: «Die „…schönste Stadt auf dem Antlitz der Erde…“hat Joseph Brodsky sie genannt und in seinen „Leningrader Erinnerungen“ hinzugesetzt „ im ungerechtesten Land der Welt“» [Neumann-Adrian, Neumann-Adrian 2004, S. 7].

Das Verständnis eines semiotisch erweiterten, an Präzedenzphänomenen reichen Textes können unseren Erachtens folgende linguokulturologische Kommentare erleichtern.

In dem Reiseführer «St. Petersburg entdecken: Die europäische Metropole und ihre altrussischen Nachbarn» haben die Verfasser als Epigraph für ein neues Kapitel einen Auszug aus dem Werk „Peterburg“ (1913) vom russischen Schriftsteller Andrej Belyj verwendet: «Dort waren graue Striche: die Newa, die Inseln. In jenen fernen Tagen, als hohe Dächer, Masten und Turmspitzen aus den moosbedeckten Sümpfen aufragten und in den modrigen grünlichen Nebel stießen, war gewiss der Fliegende Holländer auf seinen Schattensegeln aus den bleigrauen Weiten der

[1] Цитата, -ы, *жен*. Точная дословная выдержка из какого-л. текста, высказывания. URL: http://dic.academic.ru/dic.nsf/ogegova/264342.

[2] Эпиграф, -а, *м*. Изречение (или цитата), предпосланное произведению (или его части, главе) и сосредоточивающее мысль на его идее. URL: http://dic.academic.ru/dic.nsf/ogegova/274674.

Nord- und Ostsee nach Petersburg geflogen und hatte hier sein gespenstisches Nebelreich gegründet und diese wogenden Wolkenmassen Inseln genannt» [Nowak, Otto, Sergeev 2004, S. 43][1].

Es ist kein Zufall, dass genau dieser Auszug aus dem Werk von Andrej Belyj verwendet worden ist, denn genau darin werden die charakteristischen Merkmale von Petersburg mit seinem wechselhaften Klima, dem Nebel, Sonnenmangel deutlich zum Ausdruck gebracht, sogar die Entstehung der Stadt auf dem Sumpf wurde in dieser Passage erwähnt.

In demselben Reiseführer wurde ein Zitat aus dem Gedicht von Anna Achmatova „Petrograd“ verwendet: «Über diese Zeit schreib die Dichterin Anna Achmatova:

Иная близится пора, Уж ветер смерти сердце студит, Но нам священный град Петра Невольным памятником будет.	Es nähert sich neue Zeit, Das Herz verreist im Todeswehen, Doch Peters Stadt, sie leuchtet weit – Dies Denkmal wird uns fortbestehen.

Übersetzung von Kay Borowsky. Aus: Anna Achmatova: Im Spiegelland. Ausgewählte Gedichte. München 4. 1994» [Nowak, Otto, Sergeev 2004, S. 54].

Für die umfassende Analyse eines deutschsprachigen Reiseführers wird die Unterstützung vom *Hypertext* benötigt, „Text, der auf solche Weise aufgebaut ist, dass er sich zu einem System, zu einer Hierarchie von Texten verwandelt, und gleichzeitig Einheit und Vielzahl von Texten bildet“ [Руднев 1997]. Mit anderen Worten ist es ein Text, der durch Verweise mit anderen Texten verbunden ist.

Der Reiseführer besteht aus der Grundinformation (Kern), die die Hauptangaben über jeweilige Sehenswürdigkeit beinhaltet, und der Peripherie, die zusätzliche Information enthält, die bereits bestehende Hintergrundkenntnisse erweitern soll.

In dem nächsten Beispiel aus dem «Reiseführer plus St. Petersburg: mit Maxi-Faltkarte zum Herausnehmen» wird das Verhältnis zwischen

[1] Там были серые полосы: Нева, острова. В те далекие времена, когда высокие крыши, мачты и шпили возвышались над покрытыми мхом болотами и упирались в затхлый зеленоватый туман, в Петербург из свинцово-серых далей Северного и Балтийского морей плыл «Летучий голландец» на своих фантомных парусах и основал здесь призрачное туманное царство, назвав эти волнующиеся дождевые тучи облаками (Зд. и далее перевод наш. – *Ю. З.*).

dem Grund- und dem Peripherieteil erörtert, in dem die Information über die Peter-Paul-Festung in die Kern- und Peripherieinformation unterteilt wird. Die Verfasser des Reiseführers geben einen historischen Abriss und eine kurze Beschreibung des Denkmals: «Der 27. Mai 1703 (nach altem, bis 1918 gültigem Julianischem Kalender der 16. Mai) gilt als Gründungstag: Damals wurde auf Ostrow Sajatschij, der Haseninsel nördlich der Bolschaja Newa (= Große Newa), mit dem Bau der Festung St. Pitersburch begonnen. Die Festung der Haseninsel hat die Form eines lang gestreckten Sechsecks (700 m x 400m) 122 m hoch ließ ihn Domenico Trezzini erbauen»[1] [Neumann-Adrian, Neumann-Adrian 2004, S. 18]. In diesem Auszug steht die Grundinformation über die Sehenswürdigkeit zur Verfügung, die jeder Tourist wissen sollte. Davon zeugt die Verwendung solcher Lexeme, wie: Ostrow Sajatschij, Bolschaja Newa (= Große Newa), Gründungstag.

Für die Reisenden, die an der Erweiterung ihres kulturhistorischen Gesichtskreises interessiert sind, bietet der Reiseführer so genannte periphere Information. In der Regel steht solche Information als Extrablock rechts vom Haupttext. In diesem konkreten Fall wird die Auskunft über eine Tradition visuell hervorgehoben, die mit der Peter-Paul-Festung eng verbunden ist. Die Tradition wird durch eine linguokulturologische Wortverbindung «Wodka mit Kanonenschuss» («Водка с пушечным выстрелом») bezeichnet, die linguokulturologische Informationen enthält: „Von den Bastionen der Petr-und-Paul-Festung wird seit 18. Jh. täglich um zwölf Uhr mittags eine Kanone abgeschossen. Lange Zeit war der Kanonenschuss das sicherste Zeitzeichen der Petersburger – und hieß auch „Die Stunde des Admirals“, weil ein Flottenchef im Ruf stand, sich exakt zur Mittagsstunde ein Glass Wodka zu genehmigen[2]“ [Neumann-Adrian, Neumann-Adrian 2004, S. 20].

[1] 27 мая 1703 года (согласно юлианскому стилю, действительному до 1918 года – 16 мая) является днем основания Петербурга: в это время в северной части Большой Невы на Заячьем острове было начато строительство Петропавловской крепости. Эта крепость имеет форму удлиненного шестиугольника (700 м х 400 м) 122 м в высоту, спроектирована архитектором Доменико Трезини.

[2] С бастионов крепости Петра и Павла каждый день с XVIII века производится полуденный пушечный выстрел. Долгое время выстрел был самым точным показателем времени Петербурга – и его также называли «часом адмирала», потому что фламандский вождь имел обыкновение позволять себе стакан водки ровно в полдень.

Auf Grund der durchgeführten Untersuchung lässt sich schlussfolgern, dass der Reiseführer vom linguistischen Gesichtspunkt aus einen kreolisierten Text darstellt, der einer Erforschung durch integrative Theorien unterzogen werden soll, die nicht nur die Linguolandeskunde, sondern auch die Interlinguokulturologie einschließen.

Texttypen eines deutschsprachigen Reiseführers

Der Text des Reiseführers kann je nach der Zielrichtung in zwei Arten klassifiziert werden: eine beschreibende und eine instruktive. Ein beschreibender Text wird im Rahmen einer kommunikativen Situation „Reiseleiter – Vermittler – ausländischer Tourist“ entwickelt, solch eine Textart ist deutlich und einfach zum Verstehen, sie enthält viele übersetzte Varianten der russischen Realien [Егорова 2012, S. 201].

Der instruktive Text bereitet den Leser auf eine selbstständige Bekanntschaft mit der fremden Kultur im Rahmen einer Pidgin-Situation vor, wenn die Kommunikation nach dem Prinzip „ausländischer Tourist – Einheimischer“ aufgebaut wird. Eine Pidgin-Situation wird durch eine maximale Stütze der verschiedensprachigen, miteinander kommunizierenden Personen auf das Gemeinsame geprägt, was in den kontaktierenden Sprachen gibt, im Falle der europäischen Sprachen – Unterstützung durch internationale Elemente [Кабакчи 2009, S. 117]). Instruktive Abschnitte erläutern den Lesern klar und deutlich, wie man in der U-Bahn zurechtkommt, wie man sich richtig im Supermarkt anstellt u.s.w., das ist also der Teil des Reiseführers, wo praktische Informationen, die mit Alltagssituationen verbunden sind, für Touristen zur Verfügung stehen. In solchen Texten wird oft auf nicht assimilierte Russizismen gestoßen, die gemäß der Regeln der internationalen Kommunikation durch formale Transliteration übermittelt werden, wenn Buchstaben des russischen Alphabets durch Buchstaben des lateinischen Alphabets akribisch gemäß der anerkannten Transliterationsnorm ersetzt werden.

Das konstruktive Verfahren zeichnet sich durch eine maximale Visualisierung unterschiedlicher Stadtobjekte zur Orientierungserleichterung aus. „Z. B. Mittlerweile sind portable Toiletten vor allem im Stadtzentrum fast überall zu finden. Das russische «Ж» steht für Damen, «M» für Herren“[1] [Heike 2007, S. 57].

[1] Портативные туалеты были найдены почти повсюду в центре города. Русский «Ж» означает для женщин, «М» для мужчин.

Für eine Pidgin-Situation ist wichtig, dass der ausländische Tourist in der Lage ist, sich mit den Einheimischen über besonders wichtige Alltagsthemen kurz zu verständigen. Aus diesem Grund wird nahezu in allen Reiseführern empfohlen, sich mit dem russischen Alphabet vertraut zu machen, weil solch eine Bekanntschaft einen selbstständigen Aufenthalt in Russland wesentlich erleichtern kann: „Geschrieben wird nach dem kyrillischen Alphabet, Individualreisende sollten sich zumindest Grundkenntnisse der Schrift aneignen. Schnell verliert man in der Metro die Orientierung, kann die Schilder am Bus nicht entziffern und die Straßennamen nicht lesen <… >Auch wenn die ausgehängten Netzpläne in dem Bahnen alle zweisprachig sind, kann man ohne Kenntnisse der Schrift durchaus verloren gehen[1]“ [Funk, Sintschenko 2008, S. 262, 274].

Methoden zur Transkription der Russizismen in einem deutschsprachigen Reiseführer

Aus den Beispielen ist ersichtlich, dass die Autoren der Reiseführer unterschiedliche (praktische und amateurhafte) Transkriptionen der Russizismen verwenden, um auf solche Weise möglichst genau die Aussprache zu erläutern. Die Verwendung von Transkriptionen ist eine Folge: Der Autor versucht die Aussprache eines russischen Wortes durch ein Transplantationsverfahren zu erklären, d.h. „eine mechanische Übertragung ohne jegliche Veränderung der Einheiten einer Sprache in den in einer anderen Sprache geschriebenen Text“ [Кабакчи 1998, S. 73].

Das geschilderte Verfahren wird in den Fällen verwendet, wenn eine maximale Genauigkeit in der Informationsübermittlung und in der Aussprache der Russizismen benötigt wird. In die Texte werden Überschriften in der kyrillischen Schrift ohne Transkription eingeführt (Institutionsnamen, Schilder und Wegweiser): Zu erkennen sind Apotheken am Zeichen АПТЕКА, viele haben rund um dir Uhr geöffnet <…> Der einfachste Weg führt zur “Theaterkasse” ТЕАТРАЛЬНАЯ КАССА, z.B. am Newskij Prospekt 42 <…> Postämter vergeben sich hinter dem weißen Schriftzug

[1] Все написано в соответствии с кириллицей, самостоятельные путешественники должны получить хотя бы базовые знания о шрифте. В метро тяжело ориентироваться, сложно расшифровать знаки на автобусе, непонятны названия улиц, так как не могут быть прочитаны <...>. Даже если подвесные сетевые карты на железных дорогах все двуязычны, всё равно очень легко заблудиться без знаний шрифта.

ПОЧТА РОССИИ auf blauem Grund, in der Mitte der Doppeladler mit zwei Posthörnern[1] [Funk, Sintschenko 2008, S. 256, 258, 264].

Schlussfolgerung

Auf Grundlage all der Informationen lässt sich behaupten, dass der Reiseführer zu einem originellen Handbuch für russische Sprache wird. Er beinhaltet einfache Phrasen und Redewendungen, die einem Ausländer in einigen kommunikativen Situationen Hilfe leisten sollen: Die Anzahl der anwesenden Trinkenden bestimmt die Zahl der Trinksprüche. Mehr dürfen es sein, weniger nicht. *Sa sdorowie* (auf die Gesundheit) ist der selten gewordene Klassiker. Häufiger hört man *Sa nas* (auf uns) oder *Sa snakomstwo* (auf das Kennenlernen) [Heike 2007, S. 53]. Solche linguolandeskundliche Information verleiht dem Reiseführer einen Unterhaltungscharakter, was die Wahrnehmung der für den Leser wichtigen Information erleichtert.

Aufgrund der Spezifik der interkulturellen Kommunikation zwischen Touristen können solche Seiten der interkulturellen Kontakte in den Texten der authentischen Reiseführer beobachtet werden, die in anderen Arten der Bekanntschaft mit einer fremdsprachigen Kultur nicht zum Vorschein kommen.

LITERATURVERZEICHNIS / REFERENCES

Деремедведь Е. Н. Жанр путешествий в английской женской литературе // Культура народов Причерноморья. 2002. №48, Т. 1. С. 105–108. [Deremedved', E. N. (2002). Žanr putešestvij v anglijskoj ženskoj literature (Travel genre in English women's literature). *Kul'tura narodov Pričernomor'ja, 48*(1), 105–108. (In Russ.)].

Егорова К. А. Западный англоязычный путеводитель по России: бытовая лексика // Вестник Ленинградского государственного университета им. А. С. Пушкина. 2012. Вып. № 2, т. 7. С. 194–205. [Egorova, K. A. (2012). Original English travel guide to Russia: 'practical information' lexis. *Pushkin Leningrad State University Journal, 2*(7), 194–205. (In Russ.)].

Кабакчи В. В. Англоязычное описание русского города (на материале западных путеводителей) // XI Международная научно-практическая конференция

[1] К сведению, аптеки под вывеской – АПТЕКА, многие из них открыты круглосуточно <...>. Самый простой способ ведет в «театральную кассу» ТЕАТРАЛЬНАЯ КАССА, например, на Невском проспекте 42 <...>. Почтовые отделения стоят за белой надписью ПОЧТА РОССИИ на синем фоне, в середине с двуглавым орлом с двумя почтовыми горнами.

«Лингвистика, перевод, дискурс межкультурной коммуникации». Екатеринбург: ИМС, УГУ им. А. М. Горького, Бизнес-бюро Ассоциации переводчиков, 2009. С. 112–126. [Kabakči, V. V. (2009). Anglojazyčnoe opisanie russkogo goroda (na materiale zapadnych putevoditelej). (English-language description of the Russian city (based on Western guidebooks)). In *XI Meždunarodnaja naučno-praktičeskaja konferencija «Lingvistika, perevod, diskurs mežkul'turnoj kommunikacii»* (pp. 112–126). Ekaterinburg: IMS, UGU im. A. M. Gor'kogo, Biznesbjuro Associacii perevodčikov. (In Russ.)].

Кабакчи В. В. Основы англоязычной межкультурной коммуникации. СПб., 1998. [Kabakči, V. V. (1998). Osnovy anglojažyčnoj mežkul'turnoj kommunikacii. (*Basics of English-speaking intercultural communication*). St. Petersburg. (In Russ.)].

Киселева Л. Путеводитель как семиотический объект: к постановке проблемы (на примере путеводителей по Эстонии XIX в.) / Тартуский государственный университет, Кафедра русской литературы; ред. Л. Киселёва [и др.]. Tartu: Tartu Ulikooli Kirjastus, 2008. [Kiseleva, L. (ed.). (2008). Putevoditel' kak semiotičeskij ob''ekt: k postanovke problemy (na primere putevoditelej po Estonii XIX v.). (*A guidebook as a semiotic object (on the example of 19th century guidebooks to Estonia)*). Tartu: Tartu Ulikooli Kirjastus. (In Russ.)].

Руднев В. Словарь культуры XX века. Ключевые понятия и тексты. М.: Аграф, 1997. URL: http://booksite.ru/fulltext/slo/var/cul/tur/rud/nev/rudnev_v/24.htm [Rudnev, V. (1997). Slovar' kul'tury XX veka. Ključevye ponjatija i teksty. (Dictionary of XX century culture. Key concepts and texts). Moscow: Agraf. (In Russ.)].

Руцинская И. И. Путеводитель как инструмент конструирования региональных достопримечательностей (вторая половина XIX–начало XX в.) // Вестник Московского университета. Серия 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. Вып. 1. М., 2011. С. 53–64. [Ruzinskaja, I. I. (2011). A guidebook as a tool for constructing regional attractions (second half of the 19th – early 20th centuries). *Bulletin of Moscow University*. *Serija 19. Linguistics and Intercultural Communication, 1*, 53–64. Moscow. (In Russ.)].

Руцинская И. И. Путеводитель как феномен массовой культуры. Образы российских регионов в провинциальных путеводителях второй половины XIX – начала XX века. Москва: Ленард, 2013. [Ruzinskaja, I. I. (2013). Guide as a phenomenon of mass culture. Images of Russian regions in provincial guidebooks of the second half of the 19th – early 20th centuries. Moscow: Lenard. (In Russ.)].

Сорокин Ю. А., Тарасов Е. Ф. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция. (Creorated texts and their communicative function) // Оптимизация речевого воздействия. М., 1990. С. 180–186. [Sorokin, Ju. A., Tarasov, E. F.

(1990). Kreolizovannye teksty i ih kommunikativnaja funkcija. *Optimizatsija rečevogo vozdejstvija*. Moscow (pp. 180–186). (In Russ.)].

Funk Ch., Sintschenko A. CityTrip St. Petersburg. Bielefeld: Reise Know How Verlag, 2008.

Grushow I. Guidebooks // Literature of Travel and Exploration: An Encyclopedia / Ed. J. Speake. New York; London, 2003. Vol. 2.

Heike M. Jo. CityTrip Moskau. Bielefeld: Reise Know How Verlag, 2007.

Neumann-Adrian E., Neumann-Adrian M. Reiseführer plus St. Petersburg: mit Maxi-Faltkarte zum Herausnehmen. München: ADAC-Verl., 2004.

Nowak E., Otto A., Sergeev V. St. Petersburg entdecken: Die europäische Metropole und ihre altrussischen Nachbarn. Trescher Verlag, 2004.

УДК 81-25, 811.112.2

С. Ю. Имбер

преподаватель кафедры лингвистики и профессиональной коммуникации
в области права Института международного права и правосудия
Московского государственного лингвистического университета;
e-mail: yanaimber@yandex.ru

РАЗГОВОРНАЯ РЕЧЬ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ (на примере комментариев к новостным публикациям в «Instagram»)

В статье рассматриваются комментарии из социальной сети «Instagram», являющиеся примером разговорной речи в новой устно-письменной форме общения, проявляющей себя преимущественно в интернет-коммуникации. Анализируются ее фонетико-графические, лексико-морфологические и синтаксические особенности в текстах комментариев. В работе предпринята попытка объяснить целесообразность применения пользователями тех или иных средств, а также сделать выводы о формировании нового стиля речевого поведения при интернет-общении.

Ключевые слова: комментарий; устно-письменная форма общения; разговорная речь; социальная сеть; эмодзи; эрратив; девиация.

S. Yu. Imber

Lecturer, Department of Linguistics and Professional Communication in Law,
Institute of International Law and Justice, Moscow State Linguistic University;
e-mail: yanaimber@yandex.ru

COLLOQUIAL LANGUAGE IN SOCIAL NETWORKS: INSTAGRAM COMMENTS IN NEWS GROUPS

The article focuses on the Instagram comments which are an example of colloquial language in the new oral-written form of communication. The author examines its phonetic, graphical, lexical and syntactical peculiarities in the users' comments. The article aims at explaining the users' choice of the means of expression. The author concludes that there is a new style of speech behavior which is emerging in the internet communication.

Key words: comment; oral-written communication form; colloquial language; social network; emoji; errative; deviation.

Введение

В наши дни невозможно представить коммуникативное пространство без интернет-коммуникации, чьи проявления отличаются разнообразием и глобальностью. Одним из самых популярных мест

CC BY

осуществления интернет-общения являются социальные сети, в которых возможно не только взаимодействие знакомых друг с другом пользователей «тет-а-тет», например, посредством личных сообщений, или общение одного пользователя с аудиторией (Instagram Stories), но и одновременная коммуникация нескольких людей, которых объединяет членство в каком-либо сообществе, через написание комментариев к постам в данной группе. По нашим наблюдениям, жанр комментария является одним из наиболее часто встречающихся в интернет-коммуникации, так как дает пользователю возможность выразить собственное мнение, критиковать, одобрять, вступать в полемику с другими членами группы, не затрачивая при этом много сил и времени.

Объектом исследования в данной статье являются комментарии пользователей «Instagram», являющиеся примером устно-письменной формы общения, которая находит свое выражение исключительно в интернет-коммуникации [Казак 2012; Трофимова 2009]. Таким образом опубликованные комментарии, запечатленные именно в текстовом формате, обнаруживают в себе не только некоторые элементы контактного устного общения, но и всё чаще представляют собой фразу, как будто бы полностью заимствованную из устной, происходящей в реальном времени, коммуникации.

Другим важным элементом нашего исследования являются сообщества, к публикациям в которых были написаны комментарии. Отметим, что группы в «Instagram», как и в других социальных сетях, отличаются разнообразием тем и отвечают различным интересам и целям: от узкопрофессиональных до юмористических. Мы остановились на новостных сообществах, количество и разнообразие комментариев в которых дает нам примеры для проведения подробного анализа по обсуждаемой в данной статье теме.

В качестве источника материала для анализа нами был выбран «Instagram», представляющий собой сервис / приложение для обмена фотографиями и короткими видеороликами, а также содержащий элементы социальной сети. В данном сервисе каждый пользователь может создать собственный профиль, публиковать изображения с определенным количеством текста, добавлять / отмечать друзей и контактировать с другими людьми посредством личных сообщений или же написания комментариев к различного рода публикациям. Данное приложение привлекло наше внимание по следующим причинам:

а) большое число активных пользователей, которое на момент написания данной статьи (сентябрь 2020 г.) достигло 1,2 млрд человек (https://instagramer.info/interesnoe/skolko-polzovatelej-v-instagram-skolko-vsego-akkauntov-v-rossii-i-mire-obzor.ru);
б) растущая популярность приложения, отмеченная в отчете 2020 г. «Digital Trends» компании «SimilarWeb» (https://www.similarweb.com/corp/reports/2020-digital-trends-report/);
в) активными пользователями данного сервиса, согласно результатам опроса, представленным ВЦИОМ в феврале 2018 года, являются 38% людей в возрасте от 18 до 24 лет и 37% – от 25 до 34 лет (https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=8936). Представители данных возрастных групп являются, как правило, творцами молодежного жаргона, активно изобретают и используют неологизмы, а также тестируют и задействуют всё новые возможности, предлагаемые приложением.

В настоящей статье предпринимается попытка ответить на ряд вопросов, в том числе: каким образом проявляет себя устно-письменная форма общения в тексте комментариев пользователей на графическом, лексическом, морфологическом и синтаксическом уровнях? Какие особенности характерны для комментариев в новостных сообществах? Чем объясняется распространение разговорного стиля при написании комментариев в социальных сетях?

Материал и ход анализа

В качестве новостных сообществ нами были выбраны «Instagram»-аккаунты известных в немецкоязычном пространстве газет и журналов, таких как «Die Welt», «Die Zeit», «Stern» и «Frankfurter Allgemeine Zeitung». Число подписчиков колеблется от 152 тыс., как у журнала «Stern», до 578 тыс. – газета «Die Zeit». Подавляющее количество публикаций получают менее 50 комментариев, что позволило нам без труда просматривать все высказывания к какому-либо новостному сообщению. На этом фоне выделяются публикации, получившие от 100 и более комментариев, что встречается, по нашему мнению, достаточно редко.

Выделив особенности комментариев, как форму реализации устно-письменной формы общения, мы можем отметить общие тенденции, которые позволят нам сделать вывод о средствах выражения разговорной речи в сети «Instagram».

Особенности комментариев к новостным публикациям

При анализе высказываний пользователей в новостных сообществах мы акцентировали внимание на тех публикациях, которые выделялись по количеству комментариев за день. При этом обратим внимание на различную степень активности пользователей в анализируемых новостных группах. Например, у журнала «Stern», выпускающего в «Instagram» от трех до шести постов в день, лишь три публикации за четыре дня получили больше 100 комментариев. Противоположная ситуация наблюдается в группах «Die Welt» и «Frankfurter Allgemeine»:

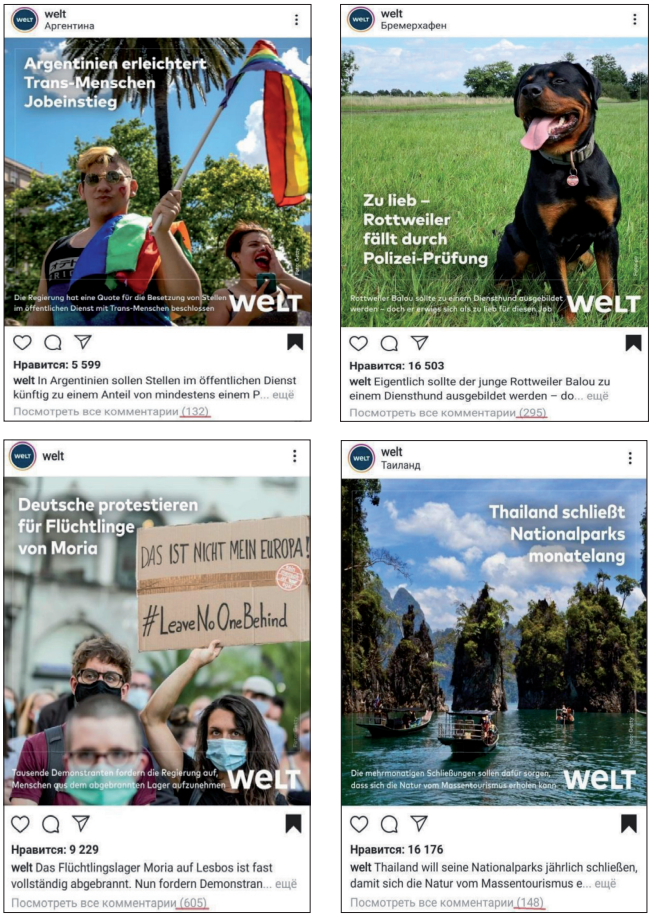

Рис. 1

пользователи активны и практически под каждой новостью мы видим достаточно большое количество высказываний. Например, 10 сентября 2020 г. «Die Welt» опубликовал четыре новостных сообщения, из которых каждое получило от 100 до 600 комментариев (см. рис. 1).

Мы предполагаем, что тема новости в той или иной мере обусловливает активность пользователей. В нашем анализе большинство комментариев получили статьи, касающиеся проблем иммиграции, экологии, роли женщин в политике, спорте и военном деле, а также множество противоречивых откликов вызвали публикации о теракте 11 сентября в Нью-Йорке, антирасистском движении в США и установлении квоты для приема на работу трансгендерных людей в Аргентине. Данные темы затрагивают важные сферы жизни общества, являясь при этом достаточно неоднозначными и таким образом вызывая дискуссии среди пользователей.

Переходя к средствам выражения разговорной речи в текстах комментариев, отметим прежде всего некоторые фонетико-графические особенности. В «Instagram», как и всех социальных сетях и мессенджерах, широкое распространение приобрел язык пиктограмм, подразумевающий в данном контексте систему эмотиконов и графических изображений [Трофимова 2009, с. 58]. Эмодзи, представляющие собой маленькие картинки, являются относительно новым видом данной системы. Именно им, согласно опросам, проведенным центром ФОРС в 2018 г. по заказу Общества немецкого языка (Gesellschaft für deutsche Sprache), отдают предпочтение более 40% пользователей (*https://gfds.de/wp-content/uploads/2018/03/Sprachliche-Kommunikation-in-der-digitalen-Welt-2018-Summary.pdf*). Популярность эмодзи обусловливается широким диапазоном изображаемых ими эмоций, вещей или даже убеждений. Примером может служить эмодзи «радужный флаг», появившийся во многих комментариях под публикацией о правах трансгендерных людей. Используя данное графическое изображение, пользователь не только емко (одной картинкой) выразил свое мнение – поддержку представителей ЛГБТ[1]-сообщества, но и несколько разнообразил коммуникацию, не затратив при этом большого количества времени (*https://gfds.de/wp-content/uploads/2018/03/Sprachliche-Kommunikation-in-der-digitalen-Welt-2018-Summary.pdf*). Публикацию

[1] ЛГБТ (*англ.* LGBT) – аббревиатура, возникшая в английском языке для обозначения лесбиянок (Lesbian), геев (Gay), бисексуалов (Bisexual) и трансгендеров (Transgender).

«Die Welt» о ротвейлере, оказавшемся слишком дружелюбным для службы в полиции, многие пользователи комментировали посредством таких эмодзи, как 😍 или же ❤️, демонстрируя таким образом свое положительное отношение к главному герою новости.

Рассмотрев способ написания некоторых слов в комментариях, мы отметили, что часть пользователей стремится графически изобразить звучание слова или сочетания как в разговорной речи:

> Ohhh wie Süß, Aaarme!, Sooooo schön!, Och ne, Hat ne gute Arbeit geleistet…, Die bööösen Islamisten und die bööösen Russen....und die bööööösen coronaleugner und die bööööööösen Verschwörungstheoretiker1.

По мнению С. Барнс, письменная речь в Интернете страдает от недостатка невербальных «подсказок», которые в избытке представлены при непосредственном устном общении [Barnes 2003, с. 18, 23]. Пользователи стремятся любыми средствами заполнить эти возникающие пробелы, используя, например, эмодзи, упомянутые выше, или подражание устной речи при написании слов [Crystal 2004, с. 34–35]. Эти способы позволяют не только передать эмоции и тон комментирующего, но и создают эффект спонтанности и непринужденности, доказывая еще раз насколько письменная интернет-коммуникация близка к устному разговорному общению.

В комментарии *bei denen biste Nazi wenn du nicht das magst was sie mögen* можно отметить не только осознанную имитацию устной речи с помощью эрратива (*biste = bist du*), но и отсутствие знаков препинания, что также является особенностью разговорной речи в комментариях [Гусейнов 2013]. При этом мы подчеркнем, что большинство пользователей пытаются придерживаться по меньшей мере самых элементарных правил пунктуации, без соблюдения которых даже небольшой текст комментария будет с трудом восприниматься читающими. Данная тенденция характерна, в частности, для текстов объемных комментариев (300 знаков и более), что, напротив, нельзя утверждать для более коротких высказываний, в которых знаки препинания могут вообще отсутствовать. Например, сравним два следующих высказывания пользователей:

> Übrigens, für die es vergessen haben: es gab vorher und nachher (die letzten 19 Jahre) immer noch kein Hochhaus das auf ähnliche weise eingestürzt ist

[1] Зд. и далее сохранена орфография и пунктуация автора.

> Bis heute nicht geklärt ihr Medien solltet dabei helfen stattdessen werden die Verbrecher geschützt die den Menschen das angetan haben.

Отметим, что второй комментарий без простейшего деления на фразы с помощью знаков препинания воспринимается как неорганизованный поток мыслей. Подобный стиль написания, с одной стороны, экономит время комментирующего – не заставляет задумываться о правильности изложения своих мыслей в письменном виде, с другой стороны, готовит определенные сложности для читающих его пользователей.

Написание некоторых слов заглавными буквами позволяет пишущему более точно выразить свою мысль, выделить те моменты, которые он считает наиболее важными. Такая графическая «подсказка» дает читающему своеобразный невербальный ключ для расшифровки послания. Например, в комментарии: *13.000 Menschen auf ALLE 27 EU – Länder aufzuteilen, sollte kein Problem sein* к новости *Deutsche protestieren für Fluchtlinge von Moria* (https://www.instagram.com/p/CE8t6fLD1mw/) – пользователь, выделив заглавными буквами слово *ALLE*, уточняет факт, который, по его мнению, другие комментирующие поняли неверно: 13 тысяч беженцев отправятся не только в Германию, а будут распределены по *всем* странам ЕС. Другой пользователь, также комментирующий данную новость, выделил заглавными буквами местоимение *unsere*: *... das ist UNSERE Schuld, dass die Menschen da sterben*. Такая графическая подсказка поможет читающему правильно расставить акценты и лучше понять идею комментирующего.

Подобный способ может служить для передачи крайне негативных эмоций в письменно-разговорной речи: гнева, злости или раздражения, так как «скудость аудиовыразительности коммуникативных высказываний провоцирует поиск компенсационных замен» [Трофимова 2009, с. 90]. Написание слов заглавными буквами имитирует таким образом повышенный тон голоса или даже крик:

> Die haben doch den Schuss nicht gehört 😡 fangt an vor Ort zu helfen!!! DEUTSCHLAND KANN NUNMAL NICHT DIE VERK*CKTE HALBE WELT RETTEN😡😡😡.

Перейдем к рассмотрению лексико-морфологической стороны разговорной речи в комментариях. Пример *Ich hab noch keine* ***power*** *zum*

teilen… показывает, что комментирующий предпочел использовать заимствованное из английского языка слово *power* вместо его немецкого соответствия *Stärke* / *Kraft*. Подобная замена придает всему высказыванию не только разговорный характер, но и снижает его стиль, так как существительное *power*, согласно словарю «Duden Universalwörterbuch» (*www.duden.de*), относится к жаргонной лексике (*https://www.duden.de/rechtschreibung/Power*). Учитывая данные о возрасте большей части пользователей «Instagram», мы предполагаем, что *power* является частью молодежного сленга, используемого в данном комментарии с целью «опознания и индикации “своих” и отграничения от “чужих”, например, более старшего поколения» [Максимова 2010, с. 84]. С этой целью комментирующие также прибегают к построению сложных слов, в которых один из элементов представлен посредством своего английского эквивалента:

> Der Typ sollte den Comedypreis bekommen 😂😂, Stern jeder kennt deine ***Märchenstories***. Aus der Höhle organisiert.

Следующей причиной, обусловливающей применение иноязычных слов и выражений немецкоговорящими пользователями, является отсутствие в родном языке лексической единицы для языкового обозначения какого-либо предмета или явления. Примером этому может служить английское словосочетание *inside job*, фигурирующее в комментариях пользователей к новостной публикации от «Stern», посвященной теракту 11 сентября в Нью-Йорке:

> Es was ein *inside Job*. Ich kann es nur schwer glauben, dass nach so vielen Jahren und den etlichen Beweisen von Physiker, Baustatiker … und vielen anderen Fachleuten es wirklich noch Menschen gibt, die an die offizielle Version glauben... (*https://www.instagram.com/p/CE_T_9tsmX3/?hl=ru*).

С помощью емкого выражения *inside Job* пользователь выразил не только свое мнение, противоречащее официальной версии, той которой придерживается редакция журнала, но и привел аргументы, подкрепляющие его точку зрения. Подобный пример поведения применим далеко не ко всем комментирующим, так как многие ограничились только выражением *inside Job*, отказавшись от приведения каких-либо примеров или доказательств в комментарии (см. рис. 2).

В комментариях к публикации газеты «Die Zeit» в рубрике «Wer sind Sie?» (#wersindsie), рассказывающей о девушке, которая живет

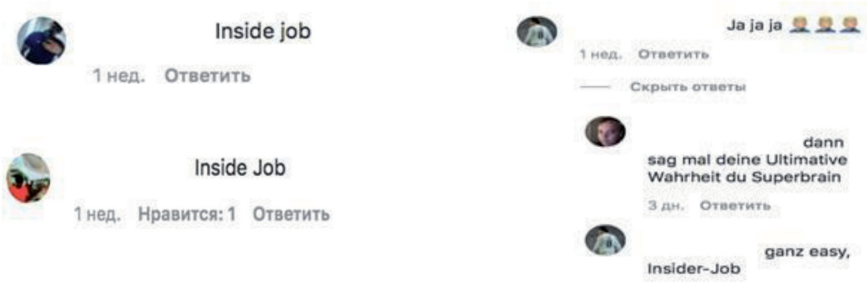

Рис. 2

под одной крышей вместе со своей престарелой бабушкой, некоторые пользователи употребили выражение *Win-win Situation*, которое, как мы видим, состоит из комбинации английских и немецких слов и не имеет так же, как и вышеприведенное *Inside Job*, емкого немецкого эквивалента:

> Eine wunderbare Win-Win Situation 🌸
> (*https://www.instagram.com/p/CFEOGvRCypg/?hl=ru*).

При написании комментариев пользователи активно внедряют в свой текст неологизмы, таким образом популяризируя их. Вирус, распространившийся в 2020 г. по всему миру и ставший темой огромного количества новостей, стал причиной появления таких слов, как *Covidiot* в комментарии *Tausche* ***Covidioten*** *gegen Geflüchtete*! или *das Nicht-Maske-Tragen* в высказывании *...die allermeisten Bundesländer hätten* ***das Nicht-Maske-Tragen*** *unter Strafe gestellt* к новостной публикации «Bundespolizei ermahnt täglich mehr als 3000 Reisende ohne Maske» газеты «Frankfurter Allgemeine» (*https://www.instagram.com/p/CFCvDKBFFcu/*).

Другой особенностью, доказывающей принадлежность комментариев к устно-письменной форме общения и преобладание в них признаков, характерных для разговорной речи, является стилистически сниженная лексика: от сленга, упомянутого выше, до коллоквиализмов и вульгаризмов, например, *Deutschland sollte endlich die Klappe halten*; *dummes Zeug*; *ufff schnauze voll…*; *DIE VERK*CKTE HALBE WELT*. Частое употребление пользователями подобных слов и выражений свидетельствует о «психологической раскрепощенности,

ненормативности… в выборе высказываний и поступков» [Горошко 2012, с. 30]. Таким образом, коммуникация в Интернете способствует формированию новой формы речевого поведения, заметно отличающейся от манеры держаться в реальной жизни: начиная от «необходимости» выражения своего мнения до оскорбительных высказываний в адрес других комментирующих или героев новостного сообщения [Имбер 2019].

Отметим также предрасположенность некоторых пользователей к нестандартным сокращениям, аббревиатурам и элизиям:

> *Jeden Tag sind* ***irge*** *die Anschläge…* (irge = irgendwo); *... wenn er sich über* ***iwas*** *schlapplacht* (iwas = irgendwas); *...habt ein sonniges* ***WE***" (WE = Wochenende); *bekomme* ***3ma*** *die Woche werbung…* (3ma = drei Mal); *bist* ***dus***? (dus = du das).

Мы предполагаем, что применение подобных способов сокращения для некоторых слов обусловлено их частым употреблением в интернет-коммуникации и желанием пользователя сократить затраты времени на изложение своих мыслей. При этом комментирующий исходит из того, что употребляемые им сокращения или аббревиатуры могут быть поняты и успешно расшифрованы другими пользователями, владеющими этим же языком, иначе коммуникация не будет успешной.

Переходя к синтаксическим особенностям реализации разговорного языка в интернет-коммуникации, отметим две противоположные, но параллельно идущие тенденции. С одной стороны, мы можем наблюдать фрагментарные, расчлененные, порой парцеллированные синтаксические построения, а именно: короткие, емкие, динамичные высказывания с ослабленными, свободными синтаксическими связями [Трофимова 2009]:

> Liebe ist liebe!; Genau wie Frauenquote, unnötig; Willkommen im 21. Jahrhundert; Bitte mehr solcher Nachrichten. Gefühlt geht die Welt nur noch unter.

Интернет, в частности, социальные сети и подобные им платформы предоставили людям шанс выражать свое мнение практически по любому вопросу без особенных затрат времени и сил. Многие пользователи не упускают возможности высказать свою точку зрения

в комментариях, при этом аргументация, примеры и защита своей позиции остаются на усмотрение самого комментирующего [Имбер 2019]. Именно по этой причине короткие, часто неаргументированные высказывания превалируют под новостной публикацией. С другой стороны, нами был замечен противоположно идущий процесс, а именно, объемные, развернутые, аргументированные комментарии, состоящие из сложных синтаксических конструкций. Заметим, что в следующих примерах мы сократили высказывания в силу их объемности:

> Null Toleranz für Scheinflüchtlinge die ihr eigenes Camp abfackeln! Sie tun es weil wir seit 5 Jahren alle mit Geld vom Steuerzahler rundum versorgen die … Unsere Regierung und … Medien haben uns zum Siedlungsgebiet gemacht. Wir schaffen unser eigenes Land ab mit dieser irren links -grünen Bessermenschen Ideologie ohne Weitsicht und Vernunft.

> jeder kommt mit wie viele die amis doch im gegensatz dazu leute umgebracht hätten.. im gegensatz zu WAS?! es sollt doch mittlerweile jedem ... klar sein, dass die regierung hinter dem anschlag stand. seitdem es die medien gibt ist bildung wichtiger denn je, bildet eure eigene meinung nach … objektiver recherche. mit WISSENSCHAFTLICHEN mitteln. vor der röhre erzählt jede nation seine eigene story, je nach dem wie‘s einem in den kram passt.

Данные примеры демонстрируют нам полное пренебрежение некоторых пользователей к правилам пунктуации, о чем мы упоминали выше. Также заметны некоторые отклонения от орфографической и грамматической нормы. Отметим, что подобные девиации, с одной стороны, могут являться «стихийными» ошибками, к которым причисляют опечатки или ограниченные коммуникативные ресурсы (лимитированное количество знаков для публикации в «Twitter») [Максимова 2010]. С другой стороны, подобным образом находят в тексте выражение эрративы, о которых мы упоминали выше. Мы предполагаем, что незнание норм и правил языка также могут являться причиной подобного стиля написания комментариев. Например, причина девиации в следующих примерах остается неясной:

> schön Zähne; Ich mir gute vorstellen wie froh ist deine Oma Dir daneben zu haben...; Ihre Oberarme haben jetzt einen negativ Bizeps; Das Kreml tut genau das, was JEDE Regierung ... in solchen Situationen macht.

Значительное количество риторических вопросов являются другой синтаксической особенностью комментариев пользователей. По своей

Рис. 3

сути, эта стилистическая фигура убеждения представляет собой скорее «эмоциональное утверждение или отрицание чего-либо», чем вопрос, на который ожидается ответ [Сивцова 2011, с. 31]. С ее помощью пользователи не только имплицитно, как будто рассуждая вслух, выражают свою точку зрения, но и привлекают других к вступлению в диалог / полилог, который, в свою очередь, может привести к простому обмену мнениями или же к оживленной дискуссии (см. рис. 3).

Заключение

Наш анализ продемонстрировал, что устно-письменная форма общения, являющаяся характерной для всей интернет-коммуникации в целом и для комментариев пользователей, в частности, является одним из проявлений разговорной речи.

Изучение комментариев в «Instagram» позволил нам выделить следующие ее особенности:

1) с фонетико-графической стороны: широкое использование эмодзи, эрративов, графической имитации устного звучания некоторых слов и выражений, а также различного рода пунктуационных девиаций (полный или частичный отказ от знаков препинания), выделение отдельных слов или фраз с помощью заглавных букв;

2) с лексико-морфологической стороны: частое употребление английских заимствований, активное внедрение и использование неологизмов, а также стилистически сниженной лексики, обращение к необычным элизиям, сокращениям и аббревиатурам;

3) с синтаксической точки зрения: с одной стороны, употребление коротких, простых, парцеллированных конструкций, а также не аргументированных утверждений, с другой стороны, объемные, сложные, развернутые комментарии, употребление риторических вопросов.

Также отметим, что пользователи прибегают к использованию вышеперечисленных средств по разным причинам:

а) стремление кратко и ёмко выразить свое мнение, экономя при этом силы и время;
б) желание максимально приблизиться к реальной разговорной речи и заполнить «невербальные» пробелы, возникающие при написании текста, любыми возможными средствами;
в) намерение разграничить «своих» и «чужих» с помощью использования определенного пласта лексики;
г) привлечение других пользователей к общению.

Подчеркнем, что интернет-коммуникация формирует новый стиль речевого поведения пользователей, который для некоторых практически нереализуем в реальном общении. Таким образом, для многих Интернет становится своего рода «отдушиной», в которой можно выразить свое мнение, поговорить с другими пользователями, начать, продолжить или же прекратить дискуссию одним лишь нажатием на клавишу, раскритиковать или даже оскорбить любого другого комментирующего или героя новости, пользуясь своей анонимностью и в большинстве случаев безнаказанностью.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ / REFERENCES

Горошко Е. И. Современная интернет-коммуникация: структура и основные параметры // Интернет-коммуникация как новая речевая формация / Т. Н. Колокольцева, О. В. Лутовинова (ред.). 2-е изд., стереотип. М. : ФЛИНТА, 2012. С. 9–52. [Goroshko, E. I. (2012). Sovremennaya internet-kommunikaciya: struktura i osnovnye parametry (Modern Internet Communication: Its Structure and Key Parameters). In Kolokol'ceva, T. N., Lutovinova, O. V. (ed.), Internet-kommunikaciya kak novaya rechevaya formaciya (pp. 9–52). Moscow: FLINTA. (In Russ.)].

Гусейнов Г. Ч. FAQ: Эрратическая семантика. 2013. URL: https://publications.hse.ru/mirror/pubs/share/folder/bw5k7pt0qk/direct/118057171.pdf. [Gusejnov, G. Ch. (2013). FAQ: Erraticheskaya semantika (FAQ: Semantic erratives). https://publications.hse.ru/mirror/pubs/share/folder/bw5k7pt0qk/direct/118057171.pdf (In Russ.)].

Имбер С. Ю. Комментарии в социальной сети как гипертекст: на примере новостной группы SPIEGEL ONLINE на «Facebook» // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2019. Вып. 13 (829). С. 21–34. [Imber, S. Yu. (2019). Web Comments As Hypertext: Spiegel Online News Group on Facebook. *Vestnik of Moscow State Linguistic University. Humanities, 13*(829), 21–34. (In Russ.)].

Казак М. Ю. Специфика современного медиатекста // Лингвистика речи. Медиастилистика : колл. монография, посв. 80-летию проф. Г. Я. Солганика. М., 2012. С. 320–334. URL: https: //dspace.bsu.edu.ru/ handle/123456789/8687. [Kazak, M. Yu. (2012). Specifika sovremennogo mediateksta. (Specifics of Modern Mediatext). In *Lingvistika rechi. Mediastilistika*: kollektivnaya monografiya, posvyashchennaya 80-letiyu prof. G. Ya. Solganika (pp. 320–334). Moscow. https://dspace.bsu.edu.ru/ handle/123456789/8687 (In Russ.)].

Максимова О. Б. Язык в интернет-коммуникации: общие закономерности и национально-культурные особенности (на материале русского и английского языков) // Вестник РУДН. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2010. № 3. С. 74–90. https://cyberleninka.ru/article/n/yazyk-v-internet-kommunikatsii-obschie-zakonomernosti-i-natsionalno-kulturnye-osobennosti-na-materiale-russkogo-i-angliyskogo-yazykov [Maksimova, O. B. (2010). Language in the Internet communication: the regular patterns and national cultural peculiarities (based on the English and Russian sources). *Bulletin of Peoples' Friendship University of Russia. Series: Theory of Language. Semiotics. Semantics, 3*, 74–90. https://cyberleninka.ru/article/n/yazyk-v-internet-kommunikatsii-obschie-zakonomernosti-i-natsionalno-kulturnye-osobennosti-na-materiale-russkogo-i-angliyskogo-yazykov (In Russ.)].

Сивцова Н. В. Риторический вопрос как одна из основных фигур убеждения в судебной речи // Вестник МГУ. 2011. №1. С. 31–33. https://cyberleninka.ru/article/n/ritoricheskiy-vopros-kak-odna-iz-osnovnyh-figur-ubezhdeniya-v-sudebnoy-rechi [Sivcova, N. V. (2011). Ritoricheskij vopros kak odna iz osnovnyh figur ubezhdeniya v sudebnoj rechi. (Rethorical Question as One of the Main Persuasion Figures in Pleadings). *Bulletin of Moscow University, 1*, 31–33. https://cyberleninka.ru/article/n/ritoricheskiy-vopros-kak-odna-iz-osnovnyh-figur-ubezhdeniya-v-sudebnoy-rechi (In Russ.)].

Трофимова Г. Н. Языковой вкус интернет-эпохи в России. Функционирование русского языка в Интернете: концептуально-сущностные доминанты: монография. 2-е изд., испр. и доп. М. : РУДН, 2011. [Trofimova, G. N. (2011). Yazykovoj vkus internet-epohi v Rossii. Funkcionirovanie russkogo yazyka v Internete: konceptual'no-sushchnostnye dominanty. (*The Language Taste of the Internet Era in Russia. The Functioning of the Russian Language on the Internet: Conceptual-Substantive Dominants*): monograph. Moscow: PFUR. (In Russ.)].

Barnes S. Computer-Mediated Communication: Human-to-Human Communication Across the Internet. Rochester Institute of Technology: Pearson, 2003.

Crystal D. Language and the Internet. Cambridge, UK: Cambridge University Press, 2004.

УДК 81'27

В. И. Карасик

доктор филологических наук,
профессор кафедры общего и русского языкознания
Государственного института русского языка имени А. С. Пушкина;
e-mail: vkarasik@yandex.ru

ЛАБИРИНТ КАК СИМВОЛ: ВЕКТОРЫ ИНТЕРПРЕТАЦИИ[1]

Рассматривается лингвокультурный символ «лабиринт». Проанализированы сюжеты мифов и художественных текстов о лабиринте, этимология его обозначений, ассоциативный потенциал этого концепта, его осмысление в языковом сознании информантов. Предложена схема изучения этого символа в виде денотатного, культурного и персонального векторов его описания. Денотатный вектор сводится к образным и понятийным характеристикам осмысления лабиринта как символа, культурный вектор определяет его ценностное и нормативное восприятие, персональный вектор позволяет выделить типы личностей по отношению к этому символу.

Ключевые слова: лабиринт; символ; вектор интерпретации; денотат; ценность; личность.

V. I. Karasik

Doctor of Philology (Dr. habil.),
Professor at the Department of General and Russian Linguistics,
Pushkin State Russian Language Institute; e-mail: vkarasik@yandex.ru

LABYRINTH AS A SYMBOL: VECTORS OF INTERPRETATION

The paper deals with labyrinth treated as a symbol. Subject plots of myths and fiction texts about a labyrinth, etymology of its denotation, its associative potential, and its conceptualization in linguistic consciousness of speakers have been analyzed. A vector scheme of this symbol interpretation has been offered. The first vector is oriented to the description of Labyrinth as a concept including its perceptive and notional qualities, the second vector explains values and norms of behavior associated with attitudes to labyrinth, and the third vector makes it possible to single out personality types taking labyrinth as a danger, or a task to be carried out, or a game.

Key words: labyrinth; symbol; interpretation vector; denotation; value; personality.

---

[1] Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ, научный проект № 19-012-00609 А «Современная российская аксиосфера: семантическая и прагматическая трансформация русского культурного кода».

CC BY

Введение

Цель данной работы – лингвокультурная характеристика лабиринта как символа. Проанализированы сюжеты мифов и художественных текстов о лабиринте, этимология его обозначений, ассоциативный потенциал этого концепта, его осмысление в языковом сознании информантов. Предложена модель изучения символа, сочетающая в себе денотативный, аксиологический и персонологический подходы к исследованию лингвокультурных феноменов.

Векторы интерпретации лабиринта как символа

Интерпретация текста основана на предположении, что текст принципиально допускает понимание, т. е. его содержание может сочетаться с системой знаний получателя информации, с одной стороны, и это содержание включает некоторые скрытые смыслы, которые можно установить и объяснить, с другой стороны. В этом плане толкование символов представляет собой процедуру извлечения неявно и опосредованно выраженной информации, поскольку принципиальной характеристикой символа является бесконечное множество вариантов его осмысления [Аверинцев 1983; Кармадонов 2004; Лосев 1995; Лотман 1997; Пророков 1987; Шейкин 2007; Шелестюк 1998]. Такое качество символа отличает его от эмблемы, которую узнают моментально, если она знакома адресату, и от аллегории, которая имеет либо предполагает единственное толкование. Подчеркну, что тип интерпретации – эмблематической, аллегорической либо символической – зависит от интерпретатора, коммуникативной ситуации и от объекта восприятия. К числу таких культурно значимых объектов относится лабиринт – система запутанных ходов с тупиковыми ответвлениями, метафорически обозначающая блуждания и поиск выхода. Толкование символа можно схематически представить в виде треугольника, углы которого соответствуют важнейшим векторам интерпретации, направленной на понимание сути объекта (денотативный вектор), на характеристику субъекта (персональный вектор), на подтверждение системы ценностей (культурный вектор). Эта схема соотносится с известной моделью Г. Фреге (предмет – знак – понятие) [Фреге 1977] и моделью понимания, по Г. И. Богину (семантическое, когнитивное и распредмечивающее понимание) [Богин 1986], но не сводится к этим моделям.

Денотативный вектор интерпретации лабиринта – это перцептивный образ сакрального строения с множеством запутанных ходов, ловушками, опасностями и неожиданно открывающимся выходом. Широко известен сюжет из древнегреческой мифологии о лабиринте на острове Крит: там обитало чудовище Минотавр, которому афиняне отправляли в жертву по семь юношей и девушек. Этот Минотавр был убит героем Тезеем, получившим от полюбившей его Ариадны чудесную нить, которая позволила ему найти выход из лабиринта. Из этого сюжета вытекают идеи:

1) жертвоприношения как способа умилостивить непредсказуемую судьбу;
2) возможности выхода из запутанной ситуации при условии правильно найденного решения;
3) желательности помощника или гида в блужданиях.

Эти идеи в целом определяют культурный вектор интерпретации лабиринта, символизируя неравенство человека и судьбы и подчеркивая необходимость усилий для того, чтобы одержать победу в безвыходной ситуации. Такие усилия развиваются в двух направлениях – терпеливом распутывании клубка вариантов, перехода от квеста к новому квесту либо в энергичном противостоянии судьбе по примеру Цезаря, разрубившего гордиев узел (вспомним фразу Роберта Фроста: *The best way out is always through* / *Лучший выход – всегда насквозь*).

Огромный Фаюмский лабиринт, описанный Геродотом, представлял собой модель загробного мира, в определенных местах которого находились усыпальницы фараонов. Интересное культурологическое объяснение сути лабиринта мы находим в китайской цивилизации: жители Поднебесной верили, что демоны могут летать только по прямым линиям, и поэтому входы в человеческие дома содержали множество изгибов. В наши дни подобные извилистые маршруты стали повседневной нормой при регистрации в аэропортах: лабиринт упорядочивает хаотическое движение толпы.

Персональный вектор лабиринта характеризует тип личности, оказавшейся в ловушке. Одни смиряются с неизбежным поражением, теряя себя в вечном блуждании по замкнутому кругу, другие выбирают активное противостояние и пытаются пробить стены лабиринта, третьи вырабатывают рациональный способ преодоления трудностей.

Денотативная интерпретация лабиринта

Расширительное толкование лабиринта в денотативном плане акцентирует идею блужданий. Этимология слова λαβύρινθος *лабиринт* в греческом сводится к основе со значением «двойной топорик» [Klein 1967; Kluge 2011]. Изображение этого строительного инструмента (либо боевого оружия) стало эмблемой царя Миноса, по приказу которого архитектор и скульптор Дедал построил на Крите в городе Кносс легендарный лабиринт. Обратившись к объяснению номинации концепта «блуждание», мы видим, что в разных языках это действие объясняется как движение наугад, в темноте, отсюда и слепота (германский корень *blind*-) [Klein 1967, с. 856; Kluge 2011, с. 553–554], и эвфемистическое обозначение осуждаемого отклонения от правильного пути в русской лингвокультуре [Фасмер 1986, с. 443], аналогичный смысловой перенос прослеживается и в тюркских языках, в романских языках идея блуждания выражается словами, обозначающими потерю пути. Эта же идея прослеживается в китайской иероглифике и семитских языках.

Образ блуждания предполагает чужое, неизвестное место, отсюда противопоставление обжитого и необжитого пространства (город и лес). Не случайно лирический герой «Божественной комедии» Данте определяет исходную ситуацию следующим образом:

Земную жизнь пройдя до половины,
Я очутился в сумрачном лесу,
Утратив правый путь во тьме долины.
(*Перевод М. Лозинского*)

Блуждания ассоциативно связаны с сумраком и тьмой. Лабиринт характеризуется отсутствием окон. Непременным участником сценарного движения по лабиринту оказывается ловушка в виде западни или одушевленного существа. Строители пирамид, как известно, оставили много таких ловушек для потенциальных грабителей (например, переворачивающиеся плиты). Заблудившиеся обычно становятся добычей хищников. Если речь идет о лесе, это крупный хищник, в русском фольклоре это обычно волк. Ловушке симметрично противопоставляется волшебное средство выхода из лабиринта либо помощник, ведущий героя. Важной денотативной характеристикой лабиринта является выход из него. Войти в лабиринт можно

по собственной воле либо по принуждению. Выход из круглого лабиринта обычно находится в его центре, при этом противопоставляются верный и ложный выходы. Ложный выход становится ловушкой. Лабиринт обычно символизирует жизненный путь, который завершается в центральной точке; достигнув ее, путник поднимается на новую ступень бытия. Изображения круговых лабиринтов имеют тысячелетнюю историю, представлены в разных культурах и похожи на картину извилин мозга.

Наиболее типичным образом заблудившегося человека, по данным пилотажного опроса информантов, является ребенок, оказавшийся в лесу, обычно девочка. Вероятно, такое осмысление обусловлено сказками, назидательная цель которых состоит в том, чтобы внушить детям мысль об опасностях, подстерегающих непослушных мальчиков и девочек.

Денотативный вектор осмысления лабиринта приобретает символическую всеобщность в понимании Хорхе Луиса Борхеса: лабиринт как принцип устройства мира, названный «Садом расходящихся тропок». Наше отношение к реальности распадается на два типа, обозначенные как антитеза фактичности и контрфактичности в обиходном миропонимании и фактичности и поссибилизма в философском и художественном постижении бытия. В первом случае мы четко противопоставляем данное и возможное положения дел: здесь справедливы тезисы «История не знает сослагательного наклонения» и «Критерием истины для нас является практика». Во втором случае все варианты бытия равновероятны, возможное и кажущееся обладают такой же степенью реальностью, как и наличествующее. Альтернативные миры сосуществуют и порой сливаются. Именно такой момент слияния различных сюжетов бытия описан великим аргентинским писателем в его энигматических рассказах «Вавилонская библиотека» и «Сад расходящихся тропок». Лабиринт превращается в символ не только пространства, но и времени. В одном из сюжетов герой повествования может быть другом того или иного персонажа, в другом нарративе – его врагом. Лабиринт становится знаком растворения объективного мира в придуманных сюжетах и сновидениях. Интересно отметить, что стремительная экспансия виртуального мира в нашу повседневную реальность привела к размыванию границы между фактом и фейком.

Аксиологическая интерпретация лабиринта

Культурный вектор осмысления лабиринта характеризует ценности и нормы целенаправленного движения к некой цели.

В пословицах акцентируется утилитарно-практическая значимость успешного выхода из лабиринта в широком смысле слова – успешного преодоления сложных и запутанных препятствий. Такие советы сводятся к учету опыта предшественников и современников (*Иди широкой тропой народа – не заблудишься*), целесообразности возвращения к исходной позиции в случае ошибки (*Тот не заблудился, кто возвратился. Чем заблудиться, лучше назад воротиться*), сохранения оптимизма (*Заблудишься – вперед смотри. Если заблудившийся найдет вновь дорогу, не беда*), осуждения упрямства (*Упрямого трудно вывести из заблуждения*).

Афоризмы о лабиринтах[1] распадаются на два типа по их назидательному смыслу. Первый тип представляет собой набор советов о том, как нужно себя вести, попав в лабиринт (сложную и запутанную ситуацию): нужно сохранять оптимизм: *Нет лабиринтов, из которых невозможно выбраться* (Х. Оку); следует быть предусмотрительным: *Самое трудное, когда имеешь дело с лабиринтом, состоит не в том, как пройти по его виткам или найти из него выход, а в том, как суметь не попасть в него, по крайней мере, по второму разу* (В. Назарян). Второй тип сводится к констатации того, что, по большому счету, выйти из лабиринта невозможно, и, значит, нужно принять его неизбежность и жить в данных обстоятельствах: *Жизнь – это лабиринт, в котором мы делаем неверный поворот, еще не научившись ходить* (С. Конноли). *Кто выведет тебя из лесу, если лес – это ты сам?* (Р. Андерссон). *Не существует выхода из лабиринта, он движется, когда вы идете по нему, потому что он живой* (Ф. Дик). *Нет смысла строить лабиринт, когда им является вся Вселенная* (Х. Л. Борхес).

Юмористы демонстрируют критическое отношение к неизбежности тупиков: *Лабиринт – тот же тупик, просто там не так скучно* (К. Мелихан). *Плакат у входа в лабиринт: «Дорогу молодым!»* (О. Сеин). *Выход из одного лабиринта порой является входом в другой* (В. Брудзиньский). *Если из лабиринта много выходов – это ловушка* (А. Рубаха).

[1] Примеры приводятся из книги: Афоризмы: [Афоризмы 2006].

Показательна притча о победе над лабиринтом.

> Даосский Мастер привел ученика в парк, расположенный у горы. В парке был лабиринт без крыши с гладкими и высокими стенами. Мастер поручил ученику войти в лабиринт и найти выход. Тот плутал день и ночь, но непременно заходил в тупик. Отчаявшись, ученик лег на землю и уснул. Мастер разбудил ученика, и они вместе поднялись на гору, с высоты которой лабиринт просматривался как на ладони. Внимательно всмотревшись, ученик запомнил, где находится выход и без труда справился с задачей, ни разу не сбившись с пути. «Урок, который ты сегодня получил, относится к одному из самых важных секретов Искусства Жизни, – встретив у выхода ученика, сказал Мастер. – Чем дальше ты будешь отстраняться от ситуации, чем выше ты будешь над ней, чем дальше ты сможешь видеть, тем легче отыскать правильное решение» (*pritchi.ru*).

Отметим, что способы успешного преодоления сложных перипетий на жизненном пути составляют ключевое содержание практической психологии, поэтому часто обсуждаются специалистами и широким кругом заинтересованных людей. Именно эта сторона сюжета о лабиринте осмысливается как символ и, следовательно, находит множественное выражение в художественной литературе, живописи и кинематографии.

Персонологическая интерпретация лабиринта

Для выявления персонального вектора осмысления лабиринта были взяты реакции информантов на стимул «лабиринт» в «Русском ассоциативном словаре» (РАС). Они таковы:

> запутанный 10; путаница 6; выход, трудный 4; игра, Минотавр, правосудия, сложный 3; без выхода, большой, дорога, запутанность, катакомбы, ходы 2; Ариадны, аттракцион, безвыходность, безнадежность, бродить, в компьютере, головоломка, городской, Греция, длинный, заблудиться, заблуждения, загадка, замкнутый, запутанное помещение, золотое руно, игра (компьютер), интересно, кентавр, комнат, конек, коридоры, критский, кроссворд, кубик Рубика, лжи, любви, мыслей, не выйти, неизвестность, непроходимый, нить, планета, подвал, подземный, проблем, пройти, путаться, путь, решать, сложность, смерти, смерть, соловецкий, стена, страх, страшный, судьбы, тайн, текст на восприятие, тупик, умирать, уходит вверх, ушной, ходов, царя Миноса 1 [Русский ассоциативный словарь 1994, с. 286].

Анализ этих реакций дает возможность выделить следующие два типа отношения к лабиринту:

1) сложная и запутанная проблема;
2) игровое приключение.

Первый тип реакций абсолютно преобладает. Такая реакция характерна для взрослых людей, стремящихся объективно оценить ситуацию и найти успешный способ решения проблемы. Можно выделить две разновидности такой реакции – определение целесообразности либо нецелесообразности решения проблемы и нахождение оптимального способа ее решения. Иное отношение к проблеме характерно для подростков и людей с романтическим отношением к жизни. Игровое отношение к лабиринту обусловлено тем, что существует определенный тип компьютерных игр – квест, состоящий в последовательном решении проблем (поиск спрятанных предметов, сражение с монстрами, выход на более высокий уровень). Компьютерная виртуальная реальность меняет отношение к жизни у игроков, которые в определенной мере переносят характеристики игры на жизнь, например, полагая, что в случае фатальной ошибки всегда можно вернуться к прежнему положению дел. Отметим, что этот тип отношений, как правило, обладает и гендерной маркированностью и может рассматриваться как новая маскулинность.

Таким образом, можно выделить три типа личностей по их отношению к лабиринту как символу запутанной проблемы:

1) созерцатели, стремящиеся остаться в стороне от рискованной ситуации;
2) деятели, трезво рассчитывающие рациональные ходы для успешного прохождения испытания;
3) игроки, получающие удовольствие от решения проблемы.

Заключение

Можно выделить три вектора осмысления лабиринта как символа: денотативный, культурный и персональный. Суть первого вектора состоит в образе сложной запутанной проблемы, имеющей решение, включающей испытания и ловушки, с одной стороны, и возможную помощь, с другой стороны. Второй вектор сводится к нормам поведения в ситуации, предполагающей столкновение с неожиданными трудностями, такие нормы характеризуют поиск оптимальных способов

решения проблемы либо настраивают человека на принятие ситуации как данной. Третий вектор позволяет выделить три типа личностей, сталкивающихся с трудностями – созерцателей, деятелей и игроков.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ / REFERENCES

Аверинцев С. С. Символ // Философский энциклопедический словарь. М.: Советская энциклопедия, 1983. С. 607–608. [Averincev, S. S. (1983). Simvol (Symbol). In *Filosofskij enciklopedicheskij slovar'*. Moscow: Sovetskaya enciklopediya (pp.607–608). (In Russ.)].

Афоризмы: Золотой фонд мудрости / сост. О. Т. Еремишин. М.: Просвещение, 2006. CD-ROM. [Eremishin, O. T. (2006). *Aforizmy*. (Aphorisms): Zolotoj fond mudrosti. Moscow: Prosveshchenie. CD-ROM. (In Russ.)].

Богин Г. И. Типология понимания текста: учеб. пособие. Калинин: Изд-во Калинин. ун-та, 1986. [Bogin, G. I. (1986). Tipologiya ponimaniya teksta. (*Typology of Text Understanding*). Textbook. Kalinin: Izd-vo Kalinin. un-ta. (In Russ.)].

Кармадонов О. А. Социология символа. М.: Academia, 2004. [Karmadonov, O. A. (2004). Sociologiya simvola. (*Sociology of symbol*). Moscow: Academia. (In Russ.)].

Лосев А. Ф. Проблема символа и реалистическое искусство. М.: Искусство, 1995. [Losev, A. F. (1995). Problema simvola i realisticheskoe iskusstvo. (*Problem of symbol and realistic art*). Moscow: Iskusstvo. (In Russ.)].

Лотман Ю. М. Между эмблемой и символом // Лотмановский сборник. Сост. Е. В. Пермяков. М.: Изд-во РГГУ, 1997. Т. 2. С. 416–423. [Lotman, Yu. M. (1997). Mezhdu emblemoj i simvolom. (Between emblem and symbol). In Permyakov, E. V. *Lotmanovskij sbornik* (pp. 416–423). Vol. 2. Moscow: Izd-vo RGGU. (In Russ.)].

Русский ассоциативный словарь. Часть 1. Книга 1. Прямой словарь – от стимула – к реакции / Караулов Ю. Н., Сорокин Ю. А., Тарасов Е. Ф., Уфимцева Н. В., Тарасова Г. А. М.: Помовский и партнеры, 1994. [Karaulov, Yu. N., Sorokin, Yu.A., Tarasov, E. F., Ufimceva, N. V., Tarasova, G. A. (1994). *Russian assoiciative dictionary*. Part 1. Book 1. Pryamoj slovar' – ot stimula – k reakcii. Moscow: Pomovskij i partnery. (In Russ.)].

Пророков М. В. Категория художественного образа и проблема символа // Вестник МГУ. Сер. 9: Филология. 1987. № 4. С. 39–47. [Prorokov, M. V. (1987). Kategoriya hudozhestvennogo obraza i problema simvola (The category of artistic image and the problem of symbol). *Bulletin of Moscow University. Ser. 9. Filologiya, 4*, 39–47. (In Russ.)].

Фасмер М. Этимологический словарь русского языка: в 4 т. Изд. 2-е, стереотип. М.: Прогресс, 1986. Т. 1. [Vasmer, M. (1986). Etimologicheskij

slovar' russkogo yazyka. (Etymological dictionary of the Russian language): in 4 vols. 2nd ed. Vol. 1. Moscow: Progress. (In Russ.)].

Фреге Г. Смысл и денотат // Семиотика и информатика. М.: ВИНИТИ, 1977. Вып. 8. С. 181–210. [Frege, G. (1977). Smysl i denotat (Meaning and denotation). *Semiotika i informatika, 8*, 181–210. Moscow: VINITI. (In Russ.)].

Шейкин А. Г. Символ // Культурология. Энциклопедия: в 2 т. М.: РОССПЭН, 2007. Т. 2. С. 457–458. [Shejkin, A. G. (2007). Simvol (Symbol). In *Kul'turologiya. Enciklopediya* (vol. 2, pp. 457–458): in 2 vols. Moscow: ROSSPEN. (In Russ.)].

Шелестюк Е. В. Семантика художественного образа и символа (на материале англоязычной поэзии XX века): автореф. дис. … канд. филол. наук. М., 1998. 24 с. [Shelestyuk, E. V. (1998). Semantika hudozhestvennogo obraza i simvola (na materiale angloyazychnoj poezii XX veka). (Semantics of artistic image and symbol (on the material of English poetry of the 20th century): abstract of PhD in Philology. Moscow. (In Russ.)].

Klein E. A. Comprehensive Etymological Dictionary of the English Language: in 2 vols. Vol. 2. Amsterdam, London, New York: Elsevier, 1966–1967.

Kluge F. Etymologisches Wörterbuch der deutschen Sprache. 25 Auflage. Berlin: De Gruyter, 2011.

УДК 811.111'42, 811.111'38

И. Е. Коптелова

кандидат философских наук, заведующая кафедрой английского языка факультета международных отношений и международного права Дипломатической академии МИД России;
e-mail: ms.koptelova@list.ru

КОНВЕНЦИОНАЛЬНЫЕ ТЕМЫ В ПОБЕДНЫХ РЕЧАХ ПРЕЗИДЕНТА РФ В. В. ПУТИНА

Автор анализирует предметно-тематические особенности ритуализованного дискурса Президента России на основе его победных речей. Признание поражения и объявление победы на выборах представляет собой в политике США взаимный ритуал, в котором оба кандидата по окончании выборов подтверждают результат и придают ему легитимность. В статье проецируются традиционные темы победных речей американских президентов на дискурс президента России В. В. Путина. Хотя такие речи носят ритуализованный характер, они приобрели некоторые черты, присущие выступлениям президента России. Конвенциональные темы носят универсальный характер и повторяются в победных выступлениях В. В. Путина.

Ключевые слова: победная речь; ритуализованный дискурс; традиционные темы; повторяемость; универсальный характер; призыв к единству; благодарность.

I. Ye. Koptelova

PhD (Philosophy), Head of the Department of English for International Relations and International Law, Diplomatic Academy of Russia's Ministry of Foreign Affairs;
e-mail: ms.koptelova@list.ru

CONVENTIONAL TOPICS IN VICTORY SPEECHES OF RUSSIAN PRESIDENT V. V. PUTIN

The author analyses conventions of electoral victory speeches. The concession and victory speech is a reciprocal ritual in the US politics, in which both candidates at the end of an election agree on the outcome, lend the legitimacy of the process. The article projects conventional topics of American victory speeches onto the discourse of V. V. Putin, Russian President. Though of a ritual character, they nevertheless have acquired a personal touch of the Russian President. The author comes to the conclusion that such topics are of universal character and recur in Mr. V. Putin's victory speeches.

Key words: victory speech; ritual discourse; conventional topics; recurrence; universal character; call for unity; gratitude.

Введение

Социальный процесс кругового взаимодействия, включающий отправителя информации, ее получателя и само сообщение, называется

CC BY

коммуникацией. Учитывая ее траекторию, мы можем говорить о горизонтальной и вертикальной коммуникации, где последняя приобретает всё большее значение в современном обществе, двигаясь сверху вниз. Для тех, кто стремится взять под контроль массы, общение – чрезвычайно эффективный инструмент. Менее чем за одно поколение политическая, социальная и культурная жизнь кардинально изменилась, как и стиль, и темп риторики.

Когда слушаешь выступления современных общественных деятелей, кажется, что, затрагивая конкретную тему, они следуют определенным шаблонам. Даже при «спонтанной» речи, например, во время дебатов избирательной кампании, выступающие придерживаются заранее установленных форматов. Это относится и к тем разновидностям политического дискурса президентов, которые традиционно несовместимы с каким-либо ритуалом или ритуализованным дискурсом, то есть не только к инаугурационным речам, обращениям к нации с поздравлением (новогоднее обращение), но и к пресс-конференциям, интервью и т. д. Любая речь президента представляет собой набор символов (объем таких символов варьируется), чтобы убедить публику в том, что ситуация находится под контролем говорящего.

Выступления политиков, обращенные к общественности, можно разделить на два типа жанров: познавательные и ритуализованные. В последних фатика заменяет информативность, а вербальные компоненты текста подчиняются несущественной форме общения [Афанасьева 2015, с. 178]. Ритуализованные жанры включают в себя юбилейные и инаугурационные речи, традиционные выступления политиков, которые в первую очередь передают идеи интеграции или единства людей.

Американская избирательная кампания, причем на любом уровне, всё чаще воспринимается именно как череда ритуалов. Такие ритуалы можно выделить, например, как в приветственной речи кандидата на партийном съезде, так и в дебатах конкурирующих кандидатов от одной и той же партии. Ритуализованность политической жизни ведет к тому, что как американские избиратели, так и СМИ оценивают кандидатов в основном по тому, насколько успешно они проходят подобные ритуалы [Чантуридзе 2015]. Последние в череде этих ритуалов – речь о признании поражения и объявление о победе в ночь выборов. Как любой современный ритуал, они не являются обязательными, но

представляют собой важный момент с точки зрения демократических традиций, когда участники едва успевшей завершиться избирательной кампании подтверждают результат и делают первый шаг для преодоления противостояния, возникшего в ходе избирательной кампании [Corcoran 1998].

Ритуализованный президентский дискурс рассматривался разными авторами. Наиболее полно предметно-тематический анализ дала Рут Энн Вивер [Weaver 1982]. Поскольку ритуализованный дискурс – один из наименее подверженных изменениям, последующие исследователи в основном лишь уточняли выделенные Р. Э. Уивер темы на конкретных примерах. Можно упомянуть таких авторов, как Р. Т. Лакофф [Lakoff 2001], Р. Л. Уэлч [Welch 1999], Б. У. Хауэл [Howell 2011]. Одним из наиболее авторитетных исследователей в этой области является Пол Коркоран, который рассматривал ритуализованный дискурс не только на текстах выступлений американских политиков, но и на австралийском политическом дискурсе [Corcoran 1998]. Применяя модель Р. Уивер, авторы в других странах также исследуют речи о признании поражения и объявления победы [Omoniyi 2012].

В России об американском ритуализованном дискурсе писала, например, Ю. М. Чантуридзе [Чантуридзе 2015]. Ритуализованный дискурс в разных областях рассматривала М. Г. Извекова [Извекова 2006]; Т. В. Харламова исследовала политический ритуализованный дискурс [Харламова 2018], а А. В. Худяков при рассмотрении именно президентского дискурса ставил вопрос, насколько личность говорящего влияет на текст выступления [Худяков 2015].

Мы полагаем, что процедурные шаги и конвенциональные темы, распространяющиеся по всему мира, становятся универсальными из-за глобализации, охватывающей и политическую сферу.

Объектом нашего исследования являются выступления Президента В. В. Путина в момент объявления победы в выборах (победные речи / victory speech) после президентских кампаний. Предметом – предметно-содержательные темы этих выступлений и их повторяемость. Материалом исследования служат выступления В. В. Путина, победившего на президентских выборах 2000, 2004, 2012 и 2018 годов. При исследовании был применен метод членения текста, с выделением повторяющихся тем, и их сравнительного анализа с моделью, выделенной на основе победных речей кандидатов в президенты США.

Ритуализованный дискурс как жанр речи

Лингвистические словари и справочники определяют общее понятие речи как вид коммуникативной деятельности человека, использующего языковые средства для общения с другими членами речевого сообщества. Кроме того, речь подразумевает как процесс говорения (языковая деятельность, включая устную речь), так и его письменные продукты или результаты, хранящиеся в памяти. В настоящее время для каждого вида речевого исполнения определены свои жанры. Литературная критика описывает «жанр» как «исторически развивающийся тип литературного произведения, то есть роман, стихотворение, баллада и т. д.; жанр как теоретическое понятие обобщает особенности более или менее общей группы произведений» [Литературный энциклопедический словарь URL].

Обращаясь к классификации дискурса в связи с тем или другим жанром, В. И. Карасик заключает, что жанрово-стилистические категории дискурса позволяют адресату отнести тот или иной текст к определенной области общения на основе преобладающих представлений о нормах и правилах общения, об условиях релевантности, о типах коммуникативного поведения [Карасик 2002]. Упомянутые категории формируют характер текстов с точки зрения того, насколько они соответствуют функциональным типам речи (жанровый канон, стиль, степень сжатия, вариативность, клишированность). В данной статье мы придерживаемся определения речевого жанра, данного В. И. Карасиком: «Жанровый канон – это стереотип формирования и восприятия речи в конкретных повторяющихся обстоятельствах» [там же, с. 30].

По мнению В. И. Карасика, ритуал представляет собой закрепленную традицией последовательность символически значимых действий. Он указывает, что коммуникативные события, которые считаются ритуальными, во многих случаях имеют циклический характер, например новогоднее обращение президента, военная присяга, посвящение в студенты и т. д. Кроме того, в функции ритуала входит, во-первых, доведение информации о событии до широкой известности, во-вторых, объединение и консолидация участников мероприятия в единую группу, их дальнейшая мобилизация для выполнения последовательности действий или выработки определенного отношения к чему-либо и, наконец, закрепление коммуникативного действия

в конкретно определенной форме преобладающего характера. Констатирующая, интегративная и мобилизующая функции выделяют определенное событие, но не превращают его в ритуально значимое. Но именно функция фиксации превращает что-то в ритуал.

Анализируя взаимный ритуализованный дискурс кандидатов, участвовавших в президентских выборах в США в период 1952–1992 год, П. Коркоран обнаружил: «…практически совсем не было изменений. Вот что меня поразило. Именно поэтому я решил рассматривать его как жанр дискурса, риторики, из-за того, что он настолько клишированный»[1] [Corcoran 1994, с. 115].

Р. Э. Уивер в своем исследовании выделила процедурные шаги и предметно-содержательные темы [Weaver 1982]. Продолжая и развивая ее исследование, Р. Л. Уэлч показал, что процедурные шаги в качестве символических сигналов у всех политиков остаются неизменными, в то время как использование определенных предметно-содержательных тем у разных кандидатов различается, как правило, из-за их результатов. В этом случае главную роль играет тот факт, что хочет ли кандидат символически подчеркнуть единство, или продолжение борьбы за достижение поставленных целей [Welch 1999].

Анализ победных речей В. В. Путина

Уточняя анализ Р. Э. Уивер и исследуя эволюцию жанра, в наших предыдущих работах мы указали, что взаимный ритуал выступления с признанием поражения и объявлением победы – это принцип, интегрированный в дискурс и выраженный амбивалентно – онтологически и процедурно. Также спроецировав модель Р. Э. Уивер на победные речи политиков в разных странах, произнесенные ими в период с 2010 по 2019 год, нам удалось подтвердить универсальность предметно-содержательных тем в выступлениях [Коптелова 2020].

Процедурные шаги и предметно-содержательные темы победных речей можно представить в виде таблицы (см. табл. 1).

Победная речь – довольно короткая, в среднем состоит из 900–1 200 слов (в зависимости от языка). Так, выступления победителей в странах Латинской Америки, как правило, длиннее (до 1 600 слов у действующего президента Мексики Андреса М. Л. Обрадора),

[1] Зд. и далее перевод наш. – *И. К.*

Таблица 1

Модель победной речи президента

Разновидность общепринятых норм	Способ выражения
Процедурные шаги	– кандидаты не делают заявлений, ожидая закрытия всех избирательных участков – проигравший кандидат первым связывается с победителем – победитель публично заявляет о своей победе после публичного подтверждения проигрыша другим кандидатом
Предметно-содержательные темы	1) сообщение о победе 2) упоминание контакта с проигравшим кандидатом 3) оценка противника, как правило, положительная 4) выражение благодарности сторонникам 5) призыв к единству 6) значимость демократии 7) исключительная роль страны 8) цели на будущий срок президентства 9) достигнутые результаты (при избрании на второй срок) 10) Бог и молитва

однако она может быть значительно короче и состоять, например, из 202 слов (В. Путин, 4 марта 2012 года) и даже 168 слов (В. Зеленский, 21 апреля 2019 года).

Процедурные шаги в российской избирательной кампании аналогичны процедурным шагам в других странах. Кандидаты также ждут закрытия избирательных участков. Иногда о контакте с победителем сообщают СМИ или проигравшие кандидаты подтверждают сами такой контакт. Например:

2018: *П. Грудинин, КПРФ, пресс-конференция*: Я абсолютно убежден, что нынешний президент победил.

Следует обратить внимание на изменения в победной речи В. В. Путина. Так, при объявлении итогов избирательной кампании 2000 года В. В. Путин не выступил с конкретной речью: он ответил «на ходу» на несколько вопросов журналистов в ночь выборов, на следующий день провел пресс-конференцию для журналистов. В 2004 году Владимир Путин публично объявил о своей победе на пресс-конференции после предварительного подсчета голосов (разрыв в цифрах позволил не ждать окончательных результатов ЦИК), мероприятие выглядело традиционно официально. Во время избирательных кампаний 2012 и 2018 годов В. В. Путин объявил о своей победе на массовых митингах на Манежной площади в Москве ночью после предварительного подсчета голосов.

Рассматривая традиционные темы, можно отметить, что В. В. Путин после объявления победы ни разу не упоминает о контактах с ним проигравших кандидатов. Возможно, это объяснится количеством кандидатов, участвующих в выборах: за период с 2000 года по настоящее время в избирательных кампаниях приняли участие от 4 до 12 зарегистрированных кандидатов. Благодарность не только своим сторонникам, но и всем избирателям, участвовавшим в выборах, присутствует в каждом из выступлений В. В. Путина:

2004: …Хочу поблагодарить всех без исключения: и тех, что голосовал за действующего президента, т. е. за вашего покорного слугу, и тех, кто выбрал других кандидатов.

2018: Спасибо, что у нас такая мощная, многомиллионная команда.

Можно также выделить такие темы, как призыв к единству и необходимость совместной работы.

2012: И мы призываем всех объединиться вокруг интересов нашего народа и нашей Родины…

2018: Очень важно сохранить это единство <…>, очень важно привлечь на свою сторону и тех, кто мог голосовать и за других кандидатов.

В 2004 году российский президент говорил о важности демократии:

2004: …все демократические завоевания нашего народа будут безусловно обеспечены и гарантированы.

В. В. Путин не заявляет об исключительности России. В 2012 и 2018 годах он ссылается на «великую Россию», но эти слова в контексте выступления обозначают любовь человека к своей родине, а не ее превосходство над другими государствами.

В выступлениях после перевыборов В. В. Путин упоминает о достигнутых результатах:

2004: …Небольшие, но всё-таки положительные сдвиги, которые были и в экономике страны; всё-таки мы обеспечили достаточно стабильный и высокий рост экономики за последние годы. Стабилизировали ситуацию в социальной сфере и без всяких сомнений укрепили наше государство.

2008: Мы показали, что нам действительно никто ничего не может навязать. Никто и ничего.

Он также говорит и о целях на будущее:

2004: …Мы не остановимся на достигнутом <…>. Мы сделаем все для того, чтобы обеспечить стабильный рост экономики нашей страны <…>. Это только необходимое условие для того, чтобы решить главную задачу – обеспечить рост благосостояния наших граждан.

2004: …Мы на внешней арене будем стремиться к тому, чтобы гарантировать национальные интересы Российской Федерации, но, ни в коем случае не будем скатываться к агрессивным методам отстаивания наших интересов и какой бы то ни было конфронтации.

2012: Мы будем работать честно и напряженно. Мы добьемся успехов.

2018: Мы не будем руководствоваться в ходе нашей работы какими-то текущими, конъюнктурными соображениями. Мы будем думать о будущем нашей великой Родины, о будущем наших детей и, действуя так, мы, безусловно, обречены на успех.

Тема «Бог и молитва» должна присутствовать в модели победной речи в американском жанре. Однако в выступлениях победителей в других странах возможны разные варианты. Если страна подчеркивает христианский характер общества, то Бог и молитва упоминаются (например, политиками латиноамериканских стран), если государство

имеет светскую традицию (Франция), то это может быть здравица в честь страны, что характерно и для В. В. Путина:

2012: Слава России!
2018: (*скандируя*) Россия! Россия!

Анализируя победные речи президента России, можно отметить, что они все же короче, чем подобные выступления в США. Только речь 2004 года содержит все традиционные темы, кроме упоминания контакта с проигравшими кандидатами и отсылки к Богу.

Еще одной особенностью стиля Путина стало его личное обращение к аудитории в виде вопроса, например:

Путин: Они не пройдут?
Толпа: Нет!

Такая особенность характерна для выступлений российского президента на массовых митингах.

Заключение

Ясность фраз и предписывающая процедура коммуникации, присущая президентскому дискурсу, являются фундаментальными различиями между институциональным дискурсом и личным дискурсом. Однако необходимо признать, что личность политического лидера и конкретная историческая ситуация все-таки оказывают на него определенное влияние.

Анализ выявил разную степень повторяемости и универсальности конвенциональных тем в победных речах российского президента, но в основном темы модели Р.Уивер присутствуют в дискурсе президента России В. В. Путина. Различия обусловлены политической культурой страны и особенностями президентской избирательной кампании (отсутствие упоминания контакта проигравшего кандидата с победителей). Очевидно, что взаимный публичный ритуал признания поражения и объявления победы становится неотъемлемой частью любой президентской избирательной кампании, в том числе и в России. Как и в других странах, он представляет собой призыв к прекращению напряженной, ожесточенной (по крайней мере, официально), борьбы кандидатов, готовность признать результаты выборов и работать совместно на благо страны и народа.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ / REFERENCES

Афанасьева О. Н. Среда и ее конструирование в ритуализованных коммуникативных практиках // Экология языка и коммуникативная практика. 2015. № 2 (5). С. 177–186. [Afanas'eva, O. N. (2015). Environment and its construction in ritualized communicative practices. *Ecology of language and communicative practice, 2*(5), 177–186. (In Russ.)].

Извекова М. Г. Прагмалингвистические характеристики ритуального дискурса: дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2006. [Izvekova, M. G. (2006). Pragmalingvisticheskie harakteristiki ritual'nogo diskursa. (*Pragmalinguistic characteristics of ritual discourse*): abstract of PhD in Philology. Volgograd. (In Russ.)].

Коптелова И. Е. Конвенциональные темы в ритуализованном политическом дискурсе // Политика и культура: пространство игры. Сб. научных статей. Будапешт–Киров: Радуга-ПРЕСС, 2020. С. 167–172. [Koptelova, I. E. (2020). Konvencional'nye temy v ritualisovannom politicheskom diskurse (Conventional topics in ritualized political discourse). In *Politika i kul'tura: prostranstvo igry* (pp. 167–172). Budapest–Kirov: Raduga-PRESS. (In Russ.)].

Карасик В. И. Ритуальный дискурс // Жанры речи. Саратов: Колледж, 2002. Вып. 3. С. 21–43. [Karasik, V. I. (2002). Ritual'nyj diskurs. (Ritual discourse). *Zhanry rechi, 3*, 21–43. Saratov: Kolledzh. (In Russ.)].

Литературный энциклопедический словарь. URL: https://literary_encyclopedia.academic.ru/6118/ЖАНР (дата обращения: 22.08.2020) [Literaturnyj entsiklopedicheskiy slovar'. (*Literary encyclopedic dictionary*). https://literary_encyclopedia.academic.ru/6118/ЖАНР (In Russ.)].

Харламова Т. В. Динамика ритуализованных жанров в политическом дискурсе // Жанры речи. 2018. № 4 (20). С. 248–253. DOI: https://doi.org/10.18500/2311-0740-2018-4-20-248-253 [Harlamova, T. V. (2018). Dinamika ritualizovannyh zhanrov v politicheskom diskurse. (Dynamics of ritualized genres in ritualized discourse). *Zhanry rechi, 4*(20), 248–253. (In Russ.)].

Худяков А. В. Современные исследования президентского дискурса: теоретические предпосылки и перспективы // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2015. № 2 (44). Ч. II. С. 206–208. [Hudiakov, A. V. (2015). Sovremennye issledovaniya prezidentskogo diskursa: teoreticheskie predposylki i perspektivy. (Modern research of presidential discourse: theoretical premise and prospects). *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki, 2*(44), ch. II, 206–208. (In Russ.)].

Чантуридзе Ю. М. Жанровое своеобразие англоязычного политического дискурса: сравнительный анализ победных и инаугурационных речей Б. Обамы // Вестник Тверского государственного университета. Серия:

Филология. 2015. № 2. С. 224–230. [Chanturidze, Yu. M. (2015). Zhanrovoe svoeobrazie angloyayzchnogo politicheskogo diskursa: sravnitel'nyj analiz pobednyh i ivauguratcionnyh rechej B. Obamy. (Genre idiocracy in English-speaking political discourse: comparative analysis of B. Obama's victory and inaugural speeches). *Vestnik Trevskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Filologiya, 2*, 224–230. (In Russ.)].

Corcoran P. E. Presidential concession speeches: The rhetoric of defeat // Political Communication. 1994. Vol. 11:2. P. 109–131.

Corcoran P. E. The rhetoric of triumph and defeat: Australian Federal Elections 1940–1993 // Australian journal of communication. 1998. Vol. 25 (1). P. 69–86.

Howell B. W. Change and continuity in concession and victory speeches: Race, gender, and age in the closing statements of the 2008 presidential campaign // American behavioral scientist. 2011. No 55 (6). P. 765–783.

Lakoff R. T. The rhetoric of the extraordinary moment: The concession and acceptance speeches of Al Gore and George W. Bush in 2000 presidential election // Pragmatics. 2001. No 11 (3). P. 309–327.

Omoniyi Moses Ayeomoni, Olajoke Susan Akinkuolere. A Pragmatic Analysis of Victory and Inaugural Speeches of President Umaru Musa Yar"Adua // Theory and Practice in Language Studies. Vol. 2, No. 3. P. 461–468.

Weaver R. A. Acknowledgment of victory and defeat: The reciprocal ritual // Central States Speech Journal. 1982. Vol. 33(3). P. 480–489.

Welch R. L. The rhetoric of victory and defeat: Victory and concession addresses of presidential candidates. The Communication Annual. 1999. Vol. 13. P. 85–101.

УДК 811.1/.2

Е. В. Коренева

кандидат филологических наук, доцент кафедры испанского языка
факультета иностранных языков и регионоведения
Московского государственного университета имени М. В. Ломоносова;
e-mail: arco2001@mail.ru

РАЗВИТИЕ ЭЛЕКТРОННЫХ КОРПУСОВ В СОВРЕМЕННОЙ ИСПАНСКОЙ ЛЕКСИКОГРАФИИ

В статье рассматриваются основные пути и способы создания электронных корпусов и баз данных испанского языка. Эта работа осуществляется под руководством Королевской испанской академии, в сотрудничестве с латиноамериканскими академиями. Новый и наиболее полный вид электронных лексикографических источников является удобным, доступным и бесплатным, поэтому востребован пользователями, прежде всего как доказательная база для научно-исследовательской работы. В данных лексикографических ресурсах находит свое практическое воплощение концепция паниспанизма, единства и многообразия вариантов и форм испанской речи.

Ключевые слова: корпусная лингвистика; лексикография; электронные базы данных; современный испанский язык; паниспанизм.

E. V. Koreneva

PhD (Philology), Department of Spanish,
Faculty of Foreign Languages and Areal Studies,
Lomonosov Moscow State University; e-mail: arco2001@mail.ru

DEVELOPMENT OF ELECTRONIC CORPORA IN MODERN SPANISH LEXICOGRAPHY

The article discusses key ways and methods of creating Spanish language electronic corpora and databases. This work is carried out under the direction of the Royal Spanish Academy, in collaboration with the Latin American academies. The new and most complete type of electronic lexicographic sources is convenient, accessible and free, therefore it is popular among users as an evidential base for the research. Within these lexicographic resources the concept of panispanism with its unity and variety of variants and forms of Spanish speech is practically implemented.

Key words: corpus linguistics; lexicography; electronic databases; modern Spanish; panispanism.

Введение

История современной лексикографии и лингвистических исследований в целом неотделима от эволюции баз данных лексической

CC BY

документации, поскольку единственным доступным нам источником информации об истории языка и, следовательно, его лексики являются тексты. Подготовка электронных корпусов находится в русле популярных направлений развития испанского языкознания, поскольку все эти направления на сегодняшний день «связаны с прикладными аспектами или глобальными проектами, объединяющими лингвистов разных стран на двух континентах» [Оболенская 2018, с 14]. На протяжении всей своей истории Королевская испанская академия языка (Real Academia Española) создавала архив, включающий около 10 млн лексикографических карточек, которые в настоящее время оцифрованы и доступны для ознакомления. Кроме того, университеты и другие гуманитарные организации, различные фонды создают электронные лексикографические ресурсы, многие из которых содержат ценную дополнительную информацию, основанную на достоверных источниках, позволяющую более точно описать историю развития лексических единиц.

Основные электронные корпусы, созданные под руководством Королевской испанской академии

В последней трети двадцатого столетия во всем испаноговорящем сообществе была осознана необходимость обозначить рамки испанского языкового пространства (прежде всего в условиях экспансии английского языка) и описать его на новом уровне. Королевская испанская академия приступила к решению этой задачи в содружестве с 22 академиями языка других испаноговорящих стран. Как отмечает Ю. Л. Оболенская, «именно Академии испанского языка стали инициаторами так называемой глобализации испанского лингвистического пространства, приступив к созданию того, что в разных документах называлось “lengua estandar”. Мы стали свидетелями настоящей лингвистической революции – переходу к «новой паниспанской языковой политике», отражающейся в попытках создания паниспанской языковой нормы; по словам академиков нескольких национальных Академий испанского языка – это пиренейская норма с учетом и допустимостью национальной специфики» [Оболенская 2018, с. 14].

Провозглашенная идея паниспанизма нашла свое воплощение в «Новой грамматике испанского языка», а также и в лексикографических проектах. В 1998 году в Мексике состоялся XI Конгресс

Ассоциации академий испанского языка, на котором провозгласили девиз: «La unidad en diversidad» – «Единство в многообразии», что определило «дальнейшее направление деятельности национальных Академий, а именно, Испанский язык в мире и Сохранение испанского языка. Все вопросы нормализации и кодификации испанского языка теперь 22 академии решают сообща. При этом действия академий испанского языка в 22 странах испанской речи направлены на унификацию вариантов испанского языка» [там же, с.15].

Использование компьютеров и вычислительной техники привело к глубоким изменениям методов работы во всех сферах лингвистики. Осознавая необходимость включения этих методов в традиционные исследования, в 1995 году Королевская испанская академия решила подготовить банк данных испанского языка, состоящий из двух больших корпусов текстов: корпус CREA – испанский язык последних двадцати пяти лет и корпус CORDE – испанский язык всех предшествующих лет. Но позже появилась необходимость создания еще двух новых корпусов. Ученые приступили к разработке двух новых проектов: Корпуса Нового исторического словаря (CDH – Corpus del Nuevo diccionario histórico) и Корпуса испанского языка XXI века (CORPES XXI – Corpus del Español del Siglo XXI).

Корпус испанского языка XXI века (CORPES XXI), как и CREA, является эталонным корпусом. Это база данных, состоящая из тысяч текстов (романы, пьесы, сценарии фильмов, пресс-релизы, очерки, стенограммы радио- или телевизионных выпусков, стенограммы речей и т. д.), с 2001 года до сегодняшнего дня. Они обычно используются, чтобы уточнить значение и характеристики слов, выражений и конструкций, исходя из фактических зарегистрированных употреблений. В настоящее время, учитывая размер, который они имеют, и количество словоупотреблений, такие корпусы представлены в электронном формате.

Итак, в настоящее время в открытом доступе на сайте Королевской испанской академии находятся четыре корпуса испанского языка:

- CORPES XXI – Корпус испанского языка XXI века;
- CDH – Корпус Нового исторического словаря;
- CREA – Корпус испанского языка последних двадцати пяти лет;
- CORDE – Диахронический корпус испанского языка.

Кроме того, есть еще и общий архив лексикографических карточек (Fichero General). Все эти ресурсы удобно организованы, ими может пользоваться любой желающий.

С того момента, как в 1995 году Академия приняла решение о создании эталонного корпуса современного испанского языка (CREA) и его дополнений, диахронического корпуса испанского языка (CORDE), в этом направлении была проделана большая работа. В версиях, которые можно считать законченными в конце 2013 года, CREA содержит около 160 млн форм текстов из всех испаноязычных стран, созданных за период с 1975 по 2004 год. CORDE состоит из чуть более 250 млн форм, взятых из текстов от зарождения испанского языка до 1974 года.

В целом лексикографический корпус имеет основной целью зафиксировать язык в определенный момент его развития для более глубокого его изучения. Электронный корпус современного испанского языка должен содержать тексты не только всех типов речи, но в нем должны быть представлены достаточно полно примеры из всех испаноговорящих стран. Для развития этого направления лексикографической работы на XIII Международном конгрессе Ассоциаций академий испанского языка, состоявшемся в Медельине (Колумбия) в марте 2007 года, Академии испанского языка Испании и латиноамериканских стран договорились поручить Королевской испанской академии осуществлять общее руководство этой деятельностью («colaboración de todas las academias de la lengua española en la preparación de un corpus textual que amplíe y actualice el CREA» URL: http://rae.es/recursos/banco-de-datos/crea). Тексты, составляющие CORPES XXI, отбираются по определенным параметрам и обрабатываются системой кодирования, специально разработанной для этого корпуса. Исследуются письменные и устные документы из Испании, Латинской Америки, Филиппин и Экваториальной Гвинеи, около 25 млн карточек ежегодно с 2001 по 2012 год. Предварительная версия была представлена на VI Международном конгрессе по испанскому языку (Панама, октябрь 2013 г.), а с декабря 2013 года можно получить доступ к CORPES XXI через специальное приложение, позволяющее быстро найти информацию о содержащемся в корпусе слове или выражении. Таким образом, провозглашенная Академией идея «паниспанизма» (enfoque panhispánico) находит воплощение в практике лексикографирования. Эта

позиция тем более важна, что «наблюдаются серьезные расхождения в формах существования испанского языка в различных испаноязычных государствах, которые находят свое отражение в национально-культурной специфике испанского языка в этих странах» [Фирсова 2007, с. 28].

Необходимость постоянно улучшать и расширять банк данных привела к тому, что RAE начала создавать Корпус нового исторического словаря (CDH), который был предназначен в основном для того, чтобы служить документальным фондом для новой версии академического исторического словаря.

Развитие электронной словарной базы идет рука об руку с появлением новых технологических возможностей. Финансовую помощь проекту Академии предоставляет банк «Сантандер» («Banco Santander»). В 2015 году была выпущена версия 0.8 CORPES XXI с двумя важными нововведениями: возможностью получить звуковую версию устных текстов и возможностью расширить запрос по грамматическим категориям.

С декабря 2018 года Корпус XXI (версия 0.91) имеет более 285 тыс. документов (около 286 млн форм), отобранных из письменных версий и стенограмм устных выступлений. Во многих случаях возможна загрузка аудиофайла или просмотр видео из исходного документа. Примеры из художественной литературы (романы, сценарии, рассказы, пьесы) превышают 81 млн, в то время как количество словоформ, которые содержатся в текстах научной литературы (социальные науки, здравоохранение, политика, искусство, технологии), приближается к 207 млн. Пресса и публицистические тексты представлены примерно в 142 млн форм. Еще 5 млн взяты из блогов, цифровых интервью и прочих источников электронной коммуникации. Однако полной и всеобъемлющей базы на сегодняшний день пока не создано, поэтому, как пишет О. Рублева, «представляется своевременным ставить задачу создания широкой сети электронных словарей и справочников разных видов – нового типа электронного многофункционального многоязычного ресурса, способного объединить достижения современной лексикографии в глобальную справочную лексикографическую сеть, которая должна интегрировать все типы словарей и их возможности, должна быть построена на широком исходном материале, содержать ссылки на типовые для культуры тексты,

а также на исследования, проводимые с непосредственным участием носителями языка и культуры» [Рублева 2010, с. 18].

По словам Мигеля Барреро, представителя издательства «Сантильяна», «для нового поколения естественнее пользоваться словарём в электронном виде, чем в бумажном, поэтому необходимо понять опыт пользователя в отношении владения современными технологиями и обеспечить его соответствующим продуктом»[1] [El mundo digital y los diccionarios]. Гильермо Рохо, академический директор проекта CORPES XXI, считает, что важно сотрудничать с платформами «Google» и др. для обеспечения быстрого доступа пользователям, а также обмена опытом работы по созданию электронных баз данных между лексикографами разных стран.

Другие (не академические) электронные корпусы испанского языка

Электронные корпусы испанского языка разрабатываются не только RAE, в сотрудничестве с академиями латиноамериканских стран, но и отдельными учеными – известными лексикографами, а также ведущими университетами и издательствами. «Проблемы нормализации и кодификации стоят на повестке дня у довольно активно работающей группы университетских исследователей каталанского, галисийского, баскского языков и диалектов этих языков – астурийского, эстремадурского или валенсийского и т. д., которые на волне тенденции к самоидентификации также стремятся к приобретению статуса языка» [Оболенская 2018, с. 16]. Наиболее полный перечень самых значимых электронных корпусов испанского языка, а также научных исследований на эту тему содержится в подготовленной Гильермо Рохо статье для Испанской лингвистической энциклопедии [Rojo 2016].

Так, к категории эталонных корпусов можно отнести Корпус испанского языка (Corpus del español – CE), построенный Марком Дэвисом, содержащий около 100 млн форм, от истоков языка до конца XX века. Этот корпус аннотирован и лемматизирован, что придает ему наибольшую ценность. Поиск информации осуществляется очень быстро, есть поиск по векам, а в рамках XX века также и по типу текста.

[1] Зд. и далее перевод наш. – *Е. К.*

Общий характер также имеет Корпус испанского языка (Corpus del español actual – CEA), который подготовили Карлос Субиратс и Марк Ортега. Этот ресурс включает около 450 млн форм, полученных из политических и дипломатических текстов, официальных документов ООН и испаноязычной Википедии, аннотированных автоматически.

В результате того, что в последнее время много внимания уделяется нормированию испанского языка в его устной форме, в частности, в координации с социолингвистическими исследованиями, возникло значительное количество проектов по сбору устных материалов в городах по ту и другую сторону Атлантики. Ассоциация лингвистики и филологии Латинской Америки (ALFAL) взяла на себя задачу оцифровки и унифицированного кодирования части собранных материалов. Благодаря этой работе все материалы, первоначально распространяемые на компакт-дисках, были затем полностью включены в CREA. Кроме того, эти данные, к которым были добавлены интервью, записанные в некоторых американских городах, были использованы в проекте «Грамматическое исследование испанского языка, на котором говорят в Латинской Америке» (EGREHA), выполненного под руководством Сезаря Эрнандеса Алонсо (2009). Современным характеристикам соответствует и проект «Социолингвистического исследования испанского языка Испании и Америки» (PRESEEA), который координируется профессором Франсиско Морено Фернандесом. С 2014 года в этом проекте участвуют 39 групп исследователей, которые собрали и расшифровали интервью на испанском языке в разных городах мира. Тексты имеют общую кодировку и удобную систему ссылок, которые позволяют полностью или частично восстановить весь текст интервью.

Интересные примеры словоупотреблений содержатся также в корпусах, представляющих устную речь различных городов Испании, в частности Corpus oral para el estudio del lenguaje juvenil y del español hablado en Alicante (Корпус устного молодежного языка Аликанте), подготовленный под руководством Долорес Асорин. Разрабатываются и постоянно пополняются корпусы устной речи молодежи и подростков Мадрида, Барселоны, Сантьяго-де-Чили, Саламанки, Гватемалы.

Университеты Испании и Латинской Америки активно работают над созданием электронных корпусов прежде всего для учебных целей (ELE). Так, в Автономном университете Мадрида группой под

руководством Инес Фернандес-Ордоньес создан Корпус звучащей речи сельских районов Испании. Папский католический университет Вальпараисо сосредоточил свое внимание на испанском языке СМИ: «Проект международного распространения испанского языка СМИ» (DIES-M), координируемый Раулем Авила, собирает и транскрибирует тексты СМИ (печатная пресса, радио и телевидение).

На научно-техническом стиле испанского языка и соответствии специальной лексики и терминологии построен трехъязычный Технический корпус Института прикладной лингвистики Университета Помпеу Фабра, с примерами из письменных текстов (на испанском, каталанском, английском языках) из области техники, права, экономики, медицины и окружающей среды.

В целях лингводидактики разрабатываются также корпусы, составленные из текстов (сочинений, эссе и др.) студентов, изучающих испанский язык как иностранный (L1 и L2). Так, Spanish Learner Language Oral Corpora подготовлен совместно учеными из британских университетов Ньюкасла, Гринвича и Саутгемптона. В Гранадском университете группа исследователей под руководством профессора Кристобаля Лосано составила Corpus escrito de español L2, ставший затем частью международного проекта по изучению синтаксиса и порядка слов в предложении в английском и испанском языках. Наконец, Институт Сервантеса в 2014 году опубликовал Корпус текстов, написанных изучающими испанский язык (CAES), который представляет тексты, написанные более 1 400 студентами ELE, у которых арабский, китайский, французский, английский, португальский или русский первый язык.

В корпусной лингвистике развивается и диахроническое направление. Кроме уже упомянутого корпуса CORDE, важным ресурсом для изучения истории испанского языка является Цифровая библиотека текстов древнего испанского языка, а также Корпус документов на испанском языке до 1700 года – проект, который возглавляет профессор Педро Санчес Прието. В этой электронной базе содержится более 1 500 транскрибированных документов.

Следует упомянуть также Средневековый библейский проект, осуществляемый под руководством Андреса Энрике Ариаса, тематически он строго ограничен, поскольку включает только переводы текстов Библии на испанский, но тем не менее содержит около 5 млн

словоформ, что открывает широкие возможности для исторических исследований и восстановления недостающих данных. В 2015 году в Сети опубликован Диахронический и диатопический корпус испанского языка Америки (CORDIAM), разработанный под руководством Консепсьон Компани и Вирджинии Бертолоцци и спонсируемый Мексиканской академией языка.

Создаются также электронные корпусы и для других языков Испании. Так, в настоящее время имеются уже корпусы каталанского, галисийского и баскского языков, кроме того появились исследования и лексикографические ресурсы, представляющие арагонский диалект (см. подробнее: [Оболенская, Шевелёва 2018, с. 19–20]). Следует также упомянуть о том, что испанский язык широко представлен в международных многоязычных электронных корпусах. Среди таких баз данных можно выделить MultiUN: Multilingual Parallel Text 2000–2009, с 350 млн форм, взятых из официальных текстов ООН; European Parliament Proceedings Parallel Corpus 1996–2011 и Wikicorpus (версия 1.0), в которых содержатся лексические единицы из испанской, каталанской и английской версий Википедии, аннотированные с помощью программы «FreeLing». Также большое количество единиц представлено в многоязычных ресурсах, предлагаемых в базах данных ELRA, Albayzin, EUROM, SpeechDat, ACCOR, MULTEXT, MATE (наиболее полный перечень информации об этих корпусах содержится на сайте http://liceu.uab.es/~joaquim/language_resources/spoken_res/Corp_oral_esp.html, который ведет Хоаким Листерри). Наконец, сеть, известная как «Web as Corpus», тоже содержит ресурсы на испанском языке, хотя в ней отбор текстов носит достаточно произвольный характер, но в последнее время их фильтрация становится всё более тщательной.

Заключение

Итак, современный этап развития испаноязычных электронных лексикографических ресурсов характеризуется интенсивностью. Электронные корпусы, с одной стороны, являются практическим воплощением последних достижений в области лингвистики и новых информационных технологий. С другой стороны, эти базы данных служат фундаментальным материалом для дальнейших научных исследований в разных направлениях филологической науки.

Корпусы являются основными ресурсами, которые, помимо прямой эксплуатации, служат исходной точкой для многочисленных приложений, адаптированных под определенные научные и практические задачи. Так, например, аннотированное приложение «LSP Spanish Treebank», разработанное в Университете Помпеу Фабра, содержит около 42 тыс. проанализированных предложений. «Трудно переоценить важность появления такого инструмента исследований практически во всех направлениях современной лингвистики, каким стали языковые корпусы» [Оболенская 2018, с. 18]. Как было отмечено на заседании Лексикографической комиссии Ассоциации академий языка весной 2020 года, в настоящее время разработки, касающиеся применения высоких технологий и обработки большого массива языковых данных, требуют создания одноязычных и многоязычных баз текстов, сборников, словарей, обогащенных метаданными и дополнительной лингвистической информацией. Извлечение и идентификация компонентов фразы, распознавание именованных объектов, увеличение объема данных позволяет совершенствовать машинное и дистанционное обучение, включая новейшие методы специального обучения с использованием многоуровневых нейронных сетей. Для обеспечения всё большей доступности электронных лексикографических ресурсов необходимо расширять сотрудничество с крупными IT-компаниями, государственными структурами и финансовыми организациями.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ / REFERENCES

Оболенская Ю. Л., Шевелёва А. Ю. Актуальные тенденции испанского языкознания // Вестник Московского университета. Серия 9. Филология. 2018. № 2. С. 9–34. [Obolenskaya, Yu. L., Sheveleva, A. Yu. (2018). Aktual'nyye tendentsii ispanskogo yazykoznaniya (Current trends in Spanish linguistics). *Bulletin of Moscow University. Seriya 9. Filologiya, 2*, 9–34. (In Russ.)].

Рублева О. С. Слово в электронном словаре (с позиций пользователя электронными ресурсами): автореф. дис. … канд. филол. наук. Тверь, 2010. [Rubleva, O. S. (2010). Slovo v elektronnom slovare (s pozitsiy pol'zovatelya elektronnymi resursami). (*Word in the electronic dictionary (from the standpoint of the user of electronic resources*): abstract of PhD in Philology. Tver. (In Russ.)].

Фирсова Н. М. Современный испанский язык в Испании и странах Латинской Америки: учебное пособие. М.: АСТ Восток-Запад, 2007. [Firsova, N. M. (2007). Sovremennyy ispanskiy yazyk v Ispanii i stranakh Latinskoy Ameriki. (Modern Spanish in Spain and Latin America). Moscow: AST Vostok-Zapad.). (In Russ.)].

Corpus de aprendices de español L2. URL: www.cervantes.es/lengua_y_ensenanza/informacion.htm (дата обращения: 12.05.2020).

Corpus diacrónico del español. URL: http://rae.es/recursos/banco-de-datos/corde (дата обращения: 11.05.2020).

Corpus del español del siglo XXI. URL: http://rae.es/recursos/banco-de-datos/corpes-xxi (дата обращения: 17.05.2020).

Corpus de referencia del español actual. URL: http://rae.es/recursos/banco-de-datos/crea (дата обращения: 11.05.2020).

El mundo digital y los diccionarios. URL : www.rae.es/noticias/el-mundo-digital-y-los-diccionarios (дата обращения: 11.05.2020).

Lavid J. Lenguaje y nuevas tecnologías. Nuevas perspectivas, métodos y herramientas para el lingüista del siglo XXI. Madrid: Cátedra, 2005.

Real Academia Española. URL: www.rae.es.com (дата обращения: 15.05.2020).

Rojo G. Los corpus textuales del español / Gutiérrez-Rexach J. (ed.): Enciclopedia lingüística hispánica. Oxon: Routledge, 2016. P. 285–296.

УДК 811.161.1

О. С. Крюкова

доктор филологических наук,
заведующая кафедрой словесных искусств факультета искусств
Московского государственного университета имени М. В. Ломоносова;
e-mail: florin2002@yandex.ru

К ВОПРОСУ ОБ ЭТИМОЛОГИИ И СЕМАНТИЧЕСКОЙ ИСТОРИИ СЛОВА «ДИСТАНЦИЯ» И ЕГО ПРОИЗВОДНЫХ

В статье по лексикографическим источникам прослеживается семантическая история слова «дистанция» в русском языке: от его заимствования в конце XVII века до современности. К анализу автором привлекаются словари разных типов, а также корпусные данные. Отмечается появление новых коннотаций и значений у слова, которое, помимо употребления в географической, военной и железнодорожной сфере, стало употребляться в политическом и спортивном дискурсе, а в 2020 году резко увеличило свою частотность.

Ключевые слова: заимствованная лексика; этимология; семантика; семантическая история; лексикография; неологизмы.

O. S. Kryukova

Doctor of Philology (Dr. habil.), Head of the Department of Verbal Arts,
Faculty of Arts, Lomonosov Moscow State University;
e-mail: florin2002@yandex.ru

ON ETYMOLOGY AND SEMANTIC HISTORY OF THE WORD “DISTANCE” AND ITS DERIVATIVES

The article traces the semantic history of the word “distance” in the Russian language from its borrowing at the end of the XVIIth century to the present. The analysis involves explanatory, historical, encyclopedic, frequency and other dictionaries, as well as corpus data. The author reveals the emergence of new connotations and new meanings of the word, which, in addition to the use in the geographical, military and railway sectors, in political and sports discourse and in 2020, an increase in its frequency.

Key words: borrowed vocabulary; etymology; semantics; semantic history; lexicography; neologisms.

Введение

В настоящее время в отечественной лингвистике существует устойчивый исследовательский интерес к семантической истории слова, которая отражает социокультурные, экономические и научно-

CC BY

технические изменения в обществе [Раренко 2020; Ткачук 2004]. «Семантические изменения в содержательной стороне слова происходят на фоне культурно-исторической ситуации. В исследованиях такого рода важно оценить социокультурный и исторический контекст, выявить, при каких обстоятельствах слово изменило свое значение», – справедливо отмечает А. Н. Ткачук [Ткачук 2004, с. 796]. Следует также добавить, что указанные контексты выявляются при анализе лексикографических и корпусных данных. Рассмотрим в этом ключе семантическую историю слова *дистанция*, которое было заимствовано в конце XVII века.

Происхождение и семантическая история слова «дистанция», возникновение производных

Слово *дистанция* впервые зафиксировано в русском языке в 1688 году и, согласно данным «Словаря русского языка XVIII века», заимствовано из латинского *distantia*, непосредственно, и посредством польского *dystancyja*, а также немецкого, французского *distance*. В «Словаре русского языка XVIII века» (СРЯ–XVIII) у слова *дистанция* отмечено два значения, причем первое («расстояние») имеет три коннотации, у одной из которых помета «военное», у другой – «артиллерийское». Иллюстративные примеры к первому значению этого слова взяты преимущественно из географических и военных текстов. Второе значение слова *дистанция* сформулировано следующим образом: «Часть сухопутного или речного пути или границы, вверенная надзору определенных лиц» [Словарь русского языка XVIII века 1991, с. 140]. Это значение, относящееся к административной сфере, не имеет стилистических помет. В качестве прилагательного к существительному *дистанция* указано устаревшее слово *дистаночный*. В «Словаре русского языка XVIII века» слово *дистанция* имеет омоним, восходящий к французскому *distant – удаленный*, отнесенное к кулинарной сфере.

В XIX веке слово *дистанция* было зафиксировано в толковых словарях 1803 года («Новый словотолкователь, расположенный по алфавиту…» Яновского), 1839 года («Энциклопедический лексикон») и 1847 года («Словарь Академии Российской»).

Слово *дистанция*, во множественном числе, употребляется в комедии А. С. Грибоедова «Горе от ума». Во втором действии (явление 5)

Скалозуб отвечает на реплику Фамусова о преимуществе Москвы перед другими столицами так: *Дистанции огромного размера* [Грибоедов 1971]. В словаре «Крылатые слова» указано, что при цитировании этого высказывания вместо грибоедовского множественного числа многие употребляют единственное, причем на сцене. В издании 1955 года приведены две цитаты из политического дискурса при употреблении этого выражения, восходящего к комедии Грибоедова [Ашукин, Ашукина 1955, с. 161]. В настоящее время крылатое выражение *дистанция огромного размера* употребляется по большей части без кавычек, например:

> Не за себя – между мной, рядовым журналистом, и партийным бонзой, курировавшим сектор издательств, была дистанция огромного размера. (*Фролов. Совершенно секретно, 2003.04.08*; прив. по: [Национальный корпус русского языка URL]).

В «Словаре языка Пушкина» у слова *дистанция* зафиксировано три значения: «1. Расстояние. 2. Промежуток между движущимися частями войск. 3. Участок, район» [Словарь языка Пушкина 1956, с. 647]. В произведениях (преимущественно в «Истории Пугачева») и письмах А. С. Пушкина это слово, в различных словоформах, употреблено 10 раз.

В Словаре Даля приводятся, по сути, три значения слова *дистанция*: «разстояние; || участок протяжения дороги, реки, под присмотром *дистаночного*, *дистанционного начальника*; иногда округ, определенное пространство вообще» (курсив Даля. – *О. К.*) [Даль 1981, с. 437].

В Словаре Ушакова (ТСРЯ) слово *дистанция* возводится к латинскому *distantia* и имеет три стилистически маркированных значения: «**1**. То же, что расстояние (книжн.). *Отойти на порядочную дистанцию.* **2**. Промежуток между частями войск, следующими одна за другой (воен.). *Сохранять дистанцию.* **3**. Административно-техническое подразделение на путях сообщения; часть участка (спец.). *Начальник дистанции*» [Толковый словарь русского языка 1935, пг. 717]. Иллюстративные примеры в этом словаре даны в виде словосочетаний, примеры из художественной литературы и других текстов не используются, что соответствует концепции словаря среднего типа, «с детальной разработкой исторически оправданного стилистического многообразия современного литературного языка» [Ожегов 1974, с. 165–166].

В «Словаре современного русского литературного языка» (ССРЛЯ) слово *дистанция* имеет два значения. Для первого – «расстояние» иллюстративные примеры взяты из произведений А. Куприна, Н. Златовратского и А. Новикова-Прибоя. В качестве устойчивых словосочетаний для первого значения указаны следующие: *давать дистанцию* (указывать, назначать расстояние) и *держать, сохранять дистанцию* (находиться на определенном расстоянии). Для первого значения указано также переносное употребление социально-оценочного характера, при этом дан только иллюстративный пример из художественного произведения (Дм. Григорович. Проселочные дороги), но само переносное значение не имеет дефиниции:

> Пускай убедятся они [купцы] хорошенько, какая неизмеримая дистанция существует между ними и человеком образованным, просвещенным, развитым! [Словарь современного русского литературного языка 1954, с. 810].

У второго значения слова *дистанция* – «участок административно-технического деления железнодорожного, шоссейного или водного пути и т. п.» – стилистические пометы в данном словаре отсутствуют. Для этого значения слова *дистанция* приводится коннотация со стилистическими пометами «устар. и в просторечии»: занимаемое кем-либо место, положение с иллюстративными примерами из художественных произведений («Бедные дворяне» А. Потехина; «Горячее сердце» А. Островского).

В словарной статье слова дистанция в «Словаре современного русского литературного языка» (1954) зафиксировано прилагательное и субстантивированное прилагательное *дистанционный* (в значении существительного «начальник дистанции»). Впервые это прилагательное было приведено в «Словаре Академии Российской» (1847). В «Словаре современного русского литературного языка» приводятся два устойчивых словосочетания с прилагательным *дистанционный*: *дистанционная трубка* и *дистанционная бомба*, *граната*.

В словаре «Новые слова и значения: Словарь-справочник по материалам прессы и литературы 60-х годов» (НСиЗ) появляется наречие *дистанционно* (на расстоянии), примеры приведены из центральных советских газет: «Известий» (*управлять аппаратурой дистанционно*), «Комсомольской правды» (*управление осуществляется дистанционно*)

и «Правды» (*дистанционно управлять кипячением воды*), а также из журнала «Техника – молодежи» (два примера) [Новые слова и значения 1971, с. 160]. Все примеры в словарной статье относятся к технической сфере, появление наречия связано с развитием технической мысли.

В третьем издании «Большой советской энциклопедии» (1969–1971) слову *дистанция* посвящены две словарных статьи, одна отнесена к военной сфере, вторая – к транспортной. Кроме того, в энциклопедии приводится пять терминологических сочетаний со словом *дистанционный*, два из них отнесены к военной области (*дистанционная граната* и *дистанционная трубка*) и три – к технической (*дистанционное измерение*, *дистанционное управление*, *дистанционный ввод*).

В «Частотном словаре русского языка» (ЧСРЯ) у слова *дистанция* зафиксирована общая частота 24, в том числе: частота 13 (газетные и журнальные тексты), частота 1 (драматургия), частота 8 (научные и публицистические тексты) и частота 1 (художественная проза). Наречие *дистанционно* зафиксировано данным словарем 3 раза в газетных и журнальных текстах, а прилагательное *дистанционный* – 1 раз в художественной прозе [Частотный словарь русского языка 1977, с. 165].

В «Словаре русского языка» в четырех томах (МАС – Малый академический словарь, СРЯ) слово *дистанция* возводится к латинскому *distantia* и имеет два значения: «1. Расстояние, промежуток между чем-либо; 2. Участок административно-технического деления железнодорожного пути». Словарные дефиниции сопровождаются иллюстративными примерами как в виде словосочетаний, так и предложений, взятых из произведений советских писателей Полевого и Саянова. Для первого значения словарь приводит коннотацию с пометой *спортивное*: «расстояние между стартом и финишем» [Словарь русского языка 1985, с. 403]. Таким образом, к географической, военной и железнодорожной сфере слова *дистанция* добавился спортивный дискурс. В этом словаре отмечено также прилагательное *дистанционный* с двумя значениями: «1. Производимый на расстоянии; действующий на расстоянии. 2. Прил. к дистанция (во 2 знач.)». Для первого значения приводятся примеры из военно-технической области: *дистанционное управление самолетом*; *дистанционная бомба*; *дистанционная трубка* (один из видов взрывателей) [Словарь русского языка 1985, с. 403].

В «Словаре иностранных слов» (1989) у слова *дистанция* зафиксировано четыре значения, причем у значения, отнесенного к спортивному дискурсу, отмечено три коннотации, в зависимости от видов спорта.

В незавершенном словарном проекте, втором издании «Словаря современного русского литературного языка» (1993), у слова *дистанция* зафиксировано три значения, причем выделено значение, связанное со спортом, которого не было в первом издании этого словаря (ССРЛЯ). Для первого значения («расстояние между кем-л., чем-л.») указан оттенок значения: «промежуток времени между чем-л.»; приводится переносное употребление: «различие, несоответствие между кем-л., чем-л.», а также коннотация, связанная с военным делом, которая не выделена в самостоятельное значение: «В военном деле – расстояние в глубину между военнослужащими, войсковыми подразделениями, машинами в строю, на марше, между кораблями в походе, между самолетами в полете» [Словарь современного русского литературного языка 1993, с. 254]. Для первого значения слова *дистанция* зафиксированы устойчивые (типичные) словосочетания: *держать*, *соблюдать дистанцию*; с пометой «устаревшее» – *давать дистанцию* («указывать, назначать расстояние»). Для второго значения («В спорте – расстояние между стартом и финишем») отмечено устойчивое (типичное) словосочетание *сходить с дистанции* («по каким-либо причинам прекращать участие в соревнованиях (обычно в гонках, скачках и т. п.), а также фразеологизм *держать*, *соблюдать и т. п. дистанцию* («избегать сближения с кем-л.») [Словарь современного русского ... 1993, с. 254]. Третье значение слова *дистанция*, относящееся к железнодорожной сфере, стилистических помет в указанном словаре не имеет и сопровождается иллюстративным примером из рассказа В. Гаршина «Сигнал». Иллюстративные примеры к первому и второму значениям слова *дистанция* расширены, по сравнению с первым изданием словаря и включают как цитаты из сочинений классиков (А. Чехов, А. Куприн), так и из произведений писателей XX века, а также мемуарной литературы (например, из воспоминаний кинорежиссера С. Герасимова «Жизнь, фильмы, споры»). Из производных в этом словаре зафиксированы существительное *дистанционность*, прилагательное *дистанционный*, наречие *дистанционно*, в составе словарной статьи соответствующего прилагательного.

В «Большом академическом словаре русского языка» (2006) словарная статья слова *дистанция* не имеет существенных отличий от соответствующей словарной статьи в «Словаре современного русского литературного языка» (1993). В число производных в «Большом академическом словаре русского языка» (2006) включены такие слова, как *дистанцирование* и *дистанцироваться*, зафиксированные впервые в «Словаре новых слов и значений» (1984), а также *дистанцировать* (впервые – в «Большом политехническом энциклопедическом словаре», 1998) [Словарь новых слов и значений 1984; Словарь современного русского языка ... 1993; Политехнический ... 1998; Большой академический словарь русского языка 2006].

В конце XX – начале XXI века частотность слова *дистанция* достаточно высока, что подтверждается данными Национального корпуса русского языка: в основном корпусе зафиксировано 535 документов, 757 вхождений для этого слова (именительный падеж, единственного числа), а для слова *дистанционный* соответственно – 39 документов, 50 вхождений. При изучении контекста употребления слова *дистанция* в Национальном корпусе русского языка обращает на себя внимание появление новой коннотации: расстояние в современном употреблении может иметь не пространственный, а временной характер, например:

> Вадим Павлович хорошо понимал дистанцию между ним и Диной, дистанция это была десять лет (*А. Рыбаков*) [Национальный корпус русского ... URL].

Заключение

Таким образом, слово *дистанция* возникло в конце XVII века, с XIX века словарями было зафиксировано появление новых коннотаций и новых значений у слова, которое, помимо употребления в географической, военной и железнодорожной сфере, вошло в состав крылатого выражения «дистанция огромного размера», стало употребляться в политическом, а также в спортивном дискурсе. В ситуации значительных социальных изменений, вызванных пандемией коронавируса в 2020 году, отмечается не только рост количества неологизмов, но и появление новой сочетаемости у слов или увеличение частотности определенных словосочетаний. Это в полной мере относится

и к слову *дистанция*, резко увеличившего свою частотность: призывы соблюдать социальную дистанцию (1,5–2 метра) в местах массового скопления людей можно заметить в текстах объявлений в транспорте и в магазинах, а также на щитах социальной рекламы. *Дистанционное обучение* стало в этих условиях массовым, что обусловило появление таких разговорно маркированных слов, как *дистанционка*, *дистант*, *дистантный*. Таким образом, семантическая история слова *дистанция* и появление производных от этого слова еще раз подтверждает точку зрения академика В. В. Виноградова, который полагал: «История отдельного слова не случайное, а последовательное историческое звено в общих сдвигах семантических систем, хотя многие изменения здесь могут быть вызваны частичными причинами и непосредственно не затрагивать всех элементов языковой системы» [Виноградов 1999, с. 15].

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ / REFERENCES

Ашукин Н.С., Ашукина М. Г. Крылатые слова. Литературные цитаты. Образные выражения. М.: Гослитиздат, 1955. [Ashukin, N. S., Ashukina, M. G. (1955). Krylatye slova. Literaturnye citaty. Obraznye vyrazhenija. (*Idioms. Literature citations. Tropes*). Moscow: Goslitizdat. (In Russ.)].

Большой академический словарь русского языка. В 30 т. / Под ред. К. С. Горбачевича. Т. 5. СПб.: Наука, 2006. [Gorbachevich, K. S. (ed.). (2006). *Large Academic Dictionary of the Russian Language*: in 30 vols. Vol. 5. St. Petersburg: Nauka. (In Russ.)].

Виноградов В. В. История слов / Российская академия наук. Отделение литературы и языка: Научный совет «Русский язык». Институт русского языка им. В. В. Виноградова РАН / отв. ред. акад. РАН Н. Ю. Шведова. М., 1999. [Vinogradov, V. V. (1999). Istorija slov. (History of words), ed. by RAS academic N. Ju. Shvedova. Moscow: Institut russkogo jazyka im. V. V. Vinogradova RAN. (In Russ.)].

Грибоедов А. С. Горе от ума // Грибоедов А. С. Сочинения: в 2 т. М.: Правда, 1971. Т. 1. С. 57–163. [Griboedov, A. S. (1971). Gore ot uma. (Wit Works Woe). In Griboedov, A. S. Sochinenija (vol. 1, pp. 57–163): in 2 vols. Moscow: Pravda. (In Russ.)].

Даль В. И. Толковый словарь живого великорусского языка: в 4 т. М.: Русский язык, 1981. Т. 1: А–З. [Dal', V. I. (1981). Tolkovyj slovar' zhivogo velikorusskogo jazyka. (*Explanatory dictionary of the living great Russian language*). T. 1: A–Z. Moscow: Russkij jazyk. (In Russ.)].

Национальный корпус русского языка. [Nacional'nyj korpus russkogo jazyka (National corpus of the Russian language). (In Russ.)]. URL: http:// www.ruscorpora.ru

Новые слова и значения: словарь-справочник по материалам прессы и литературы 60-х годов / под ред. Н. З. Котеловой и Ю. С. Сорокина. М.: Изд-во «Советская энциклопедия», 1971. [Novye slova i znachenija: Slovar'-spravochnik po materialam pressy i literatury 60-h godov. (New words and meanings: Dictionary on the materials of the press and literature of the 60s). (1971) / Pod red. N. Z. Kotelovoj i Ju. S. Sorokina. Moscow: Izd-vo «Sovetskaja jenciklopedija». (In Russ.)].

Ожегов С. И. О трех типах толковых словарей современного русского языка // Ожегов С.И. Лексикология. Лексикография. Культура речи. М.: Высшая школа, 1974. [Ozhegov, S. I. (1974). O treh tipah tolkovyh slovarej sovremennogo russkogo jazyka. (On three types of explanatory dictionaries of the modern Russian language). In Ozhegov, S. I. *Leksikologija. Leksikografija. Kul'tura rechi* (pp. 158–182). Moscow: Vysshaja shkola. (In Russ.)].

Политехнический: Большой энциклопедический словарь / гл. ред. А. Ю. Ишлинский. М.: Большая Российская энциклопедия, 1998. [Ishlinskij, A. Ju. (1998). *Polytechnic: Big Encyclopedic Dictionary*. Moscow: Great Russian Encyclopedia. (In Russ.)].

Раренко М. Б. «Коммуникация»: к вопросу об истории слова в русском языке // Вестник ПНИПУ. Проблемы языкознания и педагогики. 2020. № 2. С. 60–69. [Rarenko, M. B. (2020). «Kommunikacija»: k voprosu ob istorii slova v russkom jazyke. («Communication»: On the history of the word in the Russian language). *Vestnik PNIPU. Problemy jazykoznanija i pedagogiki, 2*, 60–69. (In Russ.)].

Словарь иностранных слов. 18-е изд., стер. М.: Русский язык, 1989. [Slovar' inostrannyh slov. (Dictionary of foreign words). (1989). 18th ed. Moscow: Russkij jazyk. (In Russ).].

Словарь русского языка: в 4 т. 3-е изд., стереотип. М.: Русский язык, 1985. Т. 1. [Slovar' russkogo jazyka: in 4 vols. (Dictionary of the Russian language). (1985). Izd. tret'e stereotipnoe. T. 1. Moscow: Russkij jazyk. (In Russ.)].

Словарь русского языка XVIII века. Вып. 6. Л.: Наука, 1991. [Slovar' russkogo jazyka XVIII veka. (Dictionary of the Russian language of the XVIIIth century). (1991). Vyp. 6. Leningrad: Nauka. (In Russ.)].

Словарь современного русского литературного языка. М.–Л.: Изд-во АН СССР, 1954. Т. 3: Г–Е. [Slovar' sovremennogo russkogo literaturnogo jazyka. (Dictionary of the modern Russian literary language). (1954). Vol. 3: G–E. Moscow–Leningrad: Izd-vo AN SSSR. (In Russ.)].

Словарь современного русского литературного языка. 2-е изд., перераб. и испр. Т. IV. М.: Русский язык, 1993. [Slovar' sovremennogo russkogo

literaturnogo jazyka. (Dictionary of modern Russian literary language). (1993). 2nd ed. Vol. IV. Moscow: Russkij jazyk. (In Russ.)].

Словарь языка Пушкина. Т. 1. М.: Гос. из-во иностранных и национальных словарей, 1956. [Slovar' jazyka Pushkina (*Dictionary of the Pushkin language*). (1956). Vol. 1. Moscow: Gos. iz-vo inostrannyh i nacional'nyh slovarej. (In Russ).].

Ткачук А. Н. История заимствования слова «авантюра» в русской культуре // Современные проблемы науки и образования. 2004. № 3. С. 796. [Tkachuk, A. N. (2004). Istorija zaimstvovanija slova «avantjura» v russkoj kul'ture (History of borrowing the word «adventure» In the Russian culture). *Sovremennye problemy nauki i obrazovanija, 3*, 796 (In Russ.)].

Толковый словарь русского языка / под ред. проф. Д. Н. Ушакова. Т. I. М.: ОГИЗ, 1935. 1562 пг. [Ushakov, D. N. (ed.). (1935). Tolkovyj slovar' russkogo jazyka. (*Explanatory dictionary of the Russian language*). Vol. I. Moscow: OGIZ. (In Russ.)].

Частотный словарь русского языка / под ред. Л. Н. Засориной. М.: Русский язык, 1977. [Zasorina, L. N. (1977). Chastotnyj slovar' russkogo jazyka. (*The frequency dictionary of the Russian language*). Moscow: Russkij jazyk. (In Russ.)].

УДК 81’33

О. И. Кузьмин

аспирант кафедры прикладной и экспериментальной лингвистики
Института прикладной и математической лингвистики
Московского государственного лингвистического университета;
e-mail: oleg.kuzmin.999@mail.ru

О ДИНАМИКЕ РАЗВИТИЯ ОСНОВНЫХ КОНЦЕПЦИЙ АВТОМАТИЗИРОВАННОГО ПЕРЕВОДА

На протяжении всей истории развития автоматизированного перевода существовали определенные трудности, связанные прежде всего с семантико-стилистическим богатством естественного языка, а также с невозможностью формализации экстралингвистических знаний на программном уровне. Реализация полностью автоматизированного перевода высокого качества является одной из актуальных задач компьютерной лингвистики на сегодняшний день. Статья содержит описание этапов развития автоматизированного перевода, анализ особенностей характерных для каждого этапа, а также динамику развития основных концепций автоматизированного перевода. В завершение сделаны выводы и спрогнозированы определенные тенденции развития систем автоматизированного перевода с учетом существующих проблем.

Ключевые слова: машинный перевод; автоматизированный перевод; дешифровка; нейросетевой перевод; статистический перевод.

O. I. Kuzmin

PhD Student, Department of Theoretical,
Experimental and Applied Linguistics, Moscow State Linguistic University;
e-mail: oleg.kuzmin.999@mail.ru

THE DYNAMICS OF DEVELOPMENT OF THE MAIN CONCEPTS OF AUTOMATED TRANSLATION

Throughout the history of the development of automated translation, there have been certain difficulties related, first of all, to the ambiguity of natural language, as well as with the inability to formalize extralinguistic knowledges at the software level. Implementation of fully automated high-quality translation from one natural language to another is today one of the most relevant tasks of computational linguistics. This article describes the stages of development of automated translation systems, contains the features typical for each stage, as well as the dynamics of the development of the main concepts of automated translation. At the end were made conclusions and predicted certain trends in the development of automated translation systems within the existing problems.

Key words: machine translation; automated translation; decryption; neural machine translation (NMT); statistical machine translation (SMT).

Введение

Сегодня едва ли возможно представить современный мир без технологий автоматизированного перевода. Каждый день ежесекундно совершаются миллиарды онлайн-операций по переводу не только отдельных слов, но и целых предложений, текстов. Автоматизированный перевод прошел огромный путь развития от серверов, занимавших целые комнаты и даже этажи, до портативных малогабаритных устройств. В 50-е годы XX века людям, у которых была потребность перевести какое-либо иностранное слово, название бренда на этикетке или отрывок из газеты, приходилось часами листать бумажные словари в поисках нужного слова или значения. Сегодня это кажется довольно смешным и нелепым явлением. И всё это благодаря стремительному развитию современных технологий, основанных на прогрессе вычислительной техники. Практически всё языковое богатство человечества автоматизировано и находится в общем доступе. Невозможно недооценить доступность, простоту и удобство компьютерных переводчиков. Однако, несмотря на видимое и неоспоримое значение современных технологий в нашей повседневной жизни, не все проблемы решаются с помощью алгоритмов, кодов, нейросетей и статистики. В статье приводится информация не только о том, как зарождались и развивались технологии автоматизированного перевода, но и указываются основные проблемы и задачи, которые стоят перед специалистами в области компьютерной лингвистики в ближайшее время.

Автоматизированный перевод как новая область научных исследований

Автоматизированный перевод (АП) как направление научных исследований зародился в середине прошлого века. Первые разработки были связаны прежде всего с сопоставлением естественного языка и кодовой системы. В этой связи стоит отметить и упомянуть двух специалистов: Уоррена Уивера и Норберта Винера. Они впервые попытались применить задачу дешифровки к лингвистическим исследованиям. В 1949 году Уивер опубликовал меморандум, в котором он теоретически описал и смоделировал систему АП [Weaver 1949]. Меморандум Уивера заложил основу развития АП. Впервые ученым была предложена концепция «интерлингва» (interlingva – язык-посредник).

Несмотря на современные достижения и многочисленные открытия в области информационных и компьютерных технологий, многие проблемы АП остаются актуальными и нерешенными до сих пор. Однако в те годы именно изобретение принципиально новых вычислительных систем ЭВМ позволило взглянуть по-новому на проблему АП. 7 января 1954 года компания IBM совместно с Джорджтаунским университетом (США) представили и продемонстрировали новую систему АП – IBM Mark II, более известную под аббревиатурой GAT (Джорджтаунский автоматизированный переводчик). Однако лексический запас данной системы был весьма скуден и составлял всего лишь 250 слов по заранее отобранной тематике [Nirenburg, Wilks, Somers 2003]. Демонстрация для того момента времени выглядела очень убедительной и впечатляющей. Сразу же в прессе появились упоминания о волшебных и невероятных способностях умной чудо-машины. Журналисты и ученые были глубоко убеждены, что через несколько лет АП почти полностью заменит классический перевод [Hutchins 2005].

Эксперимент IBM дал мощный толчок развитию технологий АП, однако все новые проекты вызывали огромные трудности, с которыми на тот момент невозможно было справиться. Несмотря на новаторские подходы, качество перевода оставляло желать лучшего, да и проблему полисемии решить было невозможно. В конечном итоге это направление сочли бесперспективным и про него забыли на долгие годы.

Автоматизированный перевод в СССР. Первые коммерческие системы АП

Ключевым поводом к возобновлению работы и дальнейшему развитию систем АП стал тот факт, что лингвисты и исследователи в этой области обратили внимание на концепцию существования профессиональных подъязыков. Это позволило по-новому посмотреть на проблему АП и предложить новые пути решения тех вопросов, которые раньше считались нерешаемыми.

В 30-е годы XX века ученые СССР впервые заговорили о разработке технологий АП. Так появилась разработка советского инженера Смирнова-Троянского, которую в академических кругах восприняли довольно скептически [Бельская, Королев, Панов 1959]. В 50-е годы необходимо отметить Ю. Н. Марчука, который одним из первых начал

заниматься проблемами АП и через некоторое время возглавил Всесоюзный центр переводов. Ему удалось смоделировать систему АП и продемонстрировать на практике особенности ее работы. Ю. Н. Марчук является автором многих книг и учебных пособий по автоматизированному переводу [Марчук 1983].

В 60-е годы нельзя не отметить создателей лингвистического процессора ЭТАП И. А. Мельчука и Ю. Д. Апресяна. В своем знаменитом труде под названием «Смысл – Текст» И. А. Мельчук утверждал, что человек имеет способность смыслового выражения одного и того же факта с помощью различных лингвистических средств, используя методы перефразирования [Мельчук 1974].

В эти же годы Р. Г. Пиотровский создал Научно-исследовательскую лабораторию инженерной лингвистики и занимался разработкой первой коммерческой системы АП, которая позднее приобрела мировую известность как PROMT [Пиотровский 1975].

В конце 70-х годов появился первый в истории коммерческий АП – SYSTRAN. Причиной его появления стал возросший спрос на технологию быстрого перевода новостей, статей и документов.

В 80–90-е годы на кафедре прикладной и экспериментальной лингвистики Московского государственного лингвистического университета под руководством Р. К. Потаповой был проведен ряд исследований, где особое внимание было уделено разработке программ автоматизированного перевода [Потапова 1997]. Даже на сегодняшний день, учитывая тот факт, что системы АП улучшились и приблизились к уровню человека, невозможно обойтись без пред- и постредактирования [Potapova, Oskina 2015].

Виды современного автоматизированного перевода

Среди видов современного АП можно выделить ***статистический метод АП*** (***SMT***). Он выявляет вероятность, с которой то или иное предложение может быть переводом анализируемого предложения. На сегодняшний день системы статистического перевода являются наиболее эффективными среди других систем АП, однако имеют свои определенные недостатки, которые нельзя не принимать во внимание. Так, например, в онлайн-переводчиках нет подразделения на профессиональные подъязыки (например, язык математики, философии, журналистики). Для улучшения качества перевода необходимо разработать

словари подъязыков и использовать данные предметной области. При работе с системами автоматизированного перевода с одного языка на другой необходимо создать четкие критерии оценки этих систем. К примеру, создается «универсальная система оценки автоматических систем обработки текста на базе нечеткой логики, способная оценивать эффективность разнообразных интеллектуальных систем по комплексу изменяемых критериев» [Максименко 2003, с. 10]. По мнению О. И. Максименко, аппарат нечеткой логики наилучшим образом подходит для описания условий и метода решения слабо формализованных и трудно формализуемых задач, с которыми зачастую имеет дело прикладная лингвистика, на языке близком к естественному [там же]. Несомненно, ни одна система-онлайн перевода не может правильно и корректно переводить профессиональную терминологию (сокращения, названия организаций, контекстуальная лексика). Для этих задач подходят современные словари-тезаурусы, такие как «ABBYY Lingvo», «Multitran», общеязыковой тезаурус «WordNet», а также системы контекстуального поиска переводов, позволяющие найти, как слова и фразы переводились людьми в существующих билингвистических текстах «Reverso», «Linguee». Данные словари помогают переводчикам в профессиональной деятельности разрешить проблему многозначности слов, найти нужный эквивалент в языке перевода при постредактировании. На сегодняшний день системы онлайн-перевода предоставляют быстрый вариант подстрочного перевода и в целях экономии времени многие переводчики используют их в своей профессиональной деятельности. Однако без специальных онлайн-словарей для перевода контекстуальных слов-терминов обойтись невозможно. Необходимо отметить, что существующие онлайн-словари носят лишь рекомендательный характер, они не делают никаких решений о выборе значения слова за человека, а предлагают наиболее вероятный вариант из существующих, опираясь на чистую статистику и цифры. В тексте каждый отдельный случай употребления того или иного слова и его значения является уникальным явлением, это невозможно алгоритмизировать. Проблема выбора нужного значения слова кажется достаточно сложной для профессионального лингвиста, а для систем автоматического перевода она и вовсе является невыполнимой. «Разрешение лексической многозначности может обеспечить прорыв в обработке больших массивов данных, а также внести вклад

в разработку семантической паутины (semantic web). Потенциал разрешения лексической многозначности также оправдан при разработке систем машинного перевода»[1] [Navigli 2009, с. 2]. Даже если удастся внедрить в систему онлайн-переводчика возможность разрешения полисемии, остается более сложная проблема формализации знаний и представлений о мире, которые существуют у человека. Семантический уровень языка является в ближайшие годы наиболее трудноформализируемым из всех уровней языка ввиду своей абстрактности. При разработке систем автоматической обработки текстов на естественном языке главные препятствия создает лингвистическая сторона проблемы. При этом семантическая сторона вопроса играет главенствующую роль. Несмотря на то, что многие трудности в синтаксическом анализе фразы решены, остаются еще сложные проблемы семантического описания, которые во многом определяют окончательный успех дела. В связи с этим возникает острая необходимость совершенствования систем семантической обработки текстов.

Нейросетевой метод АП (NMT)

Нейросетевой подход имеет массу преимуществ перед статистическим подходом. Искусственный интеллект использует для обучения абсолютно любую базу данных, и чем больше база данных, тем выше качество перевода. Важным аспектом в данной области будет являться также и количество слоев обучения, заданных программе.

АП на современном этапе его развития представляет собой сочетания правил, статистики и нейронных сетей. Такой подход называется ***комбинированной***, или ***гибридной***, ***системой перевода*** (***NMT***). Современные переводческие онлайн-системы, такие как «Яндекс» и «Google», с недавнего времени перешли на комбинированную систему перевода. Это означает, что SMT и NMT работают в связке и дополняют друг друга. Там, где не справляется с переводом SMT ему на помощь приходит алгоритм NMT. Это существенно повышает качество перевода. Однако стоит отметить, что, несмотря на, казалось бы, явный технологический прогресс, без главенствующей роли человека (специалиста в своей области) перевод по-прежнему невозможен.

[1] Зд. и далее перевод наш. – *О. К.*

Современный этап развития систем автоматизированного перевода. Статистика, нейросети и сервисы онлайн-перевода

В 1991 году была основана хорошо известная компания PROMT, ее название – это аббревиатура от PROject of Machine Translation[1]. Данная программа используется достаточно активно и сегодня миллионами пользователей по всему миру. PROMT впервые предложила пользователям выбор предметной области (например, медицина, компьютеры, деловой язык) в зависимости от текстов, с которыми работает человек. Это было, действительно, необычно и вносило какое-то новаторство в стереотипные статистические методы автоматизированного перевода. Этот подход помогал также находить наиболее точные значения в рамках одного подъязыка.

Сегодня наиболее популярными сервисами онлайн-перевода являются «Google Translate» и его прямой конкурент «Яндекс. Перевод». Однако существуют и другие менее популярные системы, такие как «Microsoft Translator» и PROMT.

Конечно, если сравнивать качество двух основных систем онлайн-перевода, то «Google Translate» имеет в своем распоряжении миллиарды пользователей по всему миру за счет поисковой системы «Google» и, соответственно, его база данных сегодня самая обширная в мире. «Яндекс. Перевод» широко используется только в России и странах СНГ и, следовательно, имеет меньше данных в своей базе. Таким образом, исходя из приведенного аргумента можно сделать очевидный вывод о том, что «Google Translate» на данный момент переводит лучше остальных онлайн-переводчиков из-за большой статистической базы текстов, в отличие от своих конкурентов. Если рассматривать систему «Яндекс. Перевод», то данная система обучается на статистике Рунета и опирается на русскоязычные тексты, следовательно, качество перевода на русский язык у системы «Яндекс. Перевод» будет выше. С точки зрения профессиональной терминологии перевод «Google Translate» будет более точным из-за большого количества содержащихся в его поисковых и веб-сервисах лексических единиц, которые относятся к самым различным областям (начиная от бытовых и заканчивая научными). Данные лексические единицы хранятся в обширных базах, на серверах компании «Google» и многократно

[1] URL: https://www.promt.ru/company/fakty/

используются, дополняются, что приводит к более точному языковому описанию предметных областей.

С 2017 года на просторах Интернета появилась новая система онлайн-перевода, разработанная компанией «DeepL GmbH». Данная система основана на сверточных нейронных сетях, обученных на основе базы «Linguee»[1]. Это первая система онлайн-перевода, которая использует такие технологии. Ранее конкуренты «Яндекс» и «Google» использовали рекуррентные нейронные сети или статистический перевод. На странице официального сайта «DeepL» отмечено, что лежащие в их основе нейронные сети превосходят конкурентов. Графики статистик качества переведенных текстов из разных областей показывают разницу в качестве и превосходство переводчика «DeepL» над «Google» и «Microsoft». Оценкой переводов занимались профессиональные переводчики, которые не имели информации о том, какая система выполнила тот или иной перевод[2].

Стоит отметить, что сегодня идет работа с корпусами текстов, на которых обучаются нейросети и различные веб-алгоритмы поиска. Существует ряд научных проектов, например Национальный корпус русского языка[3], основанный на собрании русских текстов в электронной форме. Сайт корпуса и поисковая система поддерживаются компанией «Яндекс». Специалисты по корпусной лингвистике и программисты занимаются разметкой текстов для выявления качественных характеристик, скрытых в них. Система разметки постоянно совершенствуется. Каждый корпус текста в Интернете на любом языке изобилует терминологией. Термины относятся к определенным подъязыкам и предметным областям, перевод которых на другой язык подобрать достаточно проблематично. Таким образом возникают лакуны: национально-специфические элементы культуры, которые присутствуют в одном языке, но могут отсутствовать в другом по тем или иным причинам. Исходя из этого, возникает вполне понятная и очевидная проблема. Многие профессиональные подъязыки предметных областей на сегодняшний день либо полностью отсутствуют или описаны крайне скудно, до сих пор не существует системности в этом аспекте. Стоит отметить, что, осуществляя перевод с одного

[1] URL: https://www.linguee.ru/

[2] URL: https://www.deepl.com/ru/quality.html

[3] URL: https://ruscorpora.ru/new/

языка на другой, необходимо понимать, к какой предметной области, к какому подъязыку относится конкретное слово. Разработка систем, основанных на профессиональных подъязыках, которые умеют правильно ими манипулировать, получат существенный прирост в качестве перевода, а также ускорят развитие систем АП.

Заключение

На сегодняшний день можно отметить явно сложившийся симбиоз человека и компьютера. Однако не стоит предаваться мечтам о футуристическом мире. К сожалению, до сих пор даже сверхмощные и быстрые компьютеры не способны полностью заменить интеллектуальные и творческие способности среднестатистического человека. Компьютер прекрасно дополняет и расширяет возможности человека там, где это необходимо. Например, в случае с хранением большого количества информации справляться лучше будет компьютер. Однако в творческих проявлениях, где речь идет о создании новых текстов, с этим справится лучше человек.

При переводе терминов профессиональных подъязыков у систем АП возникают определенные ошибки, которые предлагается если не ликвидировать, то минимизировать с помощью создания глоссариев и словарей данных подъязыков. Многие подъязыки на сегодняшний день плохо описаны и формализованы, нет единой системы при работе с профессиональными терминами предметной области. В разных странах существуют свои определения, своя профессиональная терминология, эквивалентов которым не существует при переводе на другой язык. АП не умеет отыскивать такие слова, а тем более переводить их на нужный язык. Исходя из данного аргумента, возникает необходимость создания и использования специально обученной электронной системы, в которую будут заложены эти профессиональные термины и специфичная для этой области лексика, что в дальнейшем позволит усовершенствовать качество АП в пределах одного подъязыка.

Невозможно отрицать технологический прорыв, благодаря которому появились технологии АП, которыми большинство населения планеты сегодня активно пользуется. Сегодня в распоряжении пользователей большое разнообразие как онлайн-сервисов, мобильных переводчиков, электронных словарей, так и удобных мобильных

приложений, которые всегда под рукой, даже когда нет подключения к Интернету. Такое положение дел еще полвека назад казалось немыслимым и фантастическим. Однако не все вопросы АП решены полностью. До сих пор допускается множество ошибок из-за невозможности формализации многих лингвистических явлений. Наш язык слишком богат и сложен, чтобы его можно было описать цифрой.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ / REFERENCES

Бельская И. К., Королев Л. Н., Панов Д. Ю. Переводная машина П. П. Троянского: сборник материалов о переводной машине для перевода с одного языка на другие, предложенной П. П. Троянским в 1933 г. М.: Академия наук СССР, 1959. [Belskaya, I. K., Korolev, L. N., Panov, D. Yu. (1959). Perevodnaya mashina P. P. Trojanskogo. (P. P. Troyansky's translation machine): a collection of materials about a translation machine for translation from one language into others, proposed by P. P. Troyansky in 1933. Moscow: Akademia nauk SSSR. (In Russ.)].

Максименко О. И. Формальные методы оценки эффективности систем автоматической обработки текста: автореф. дис. … д-ра филол. наук. М., 2003. [Maksimenko, O. I. (2003). Formalnyje metody ocenki effektivnosti sistem avtomaticheskoj obrabotki teksta. (*Formal methods for assessing the effectiveness of automatic text processing systems*): abstract of Senior Doctorate in Philology. Moscow. (In Russ.)].

Марчук Ю. Н. Проблемы машинного перевода. М.: Наука, 1983. [Marchuk, Yu. N. (1983). Problemy mashinnogo perevoda. (*Machine translation problems*). Moscow: Nauka. (In Russ.)].

Мельчук И. А. Опыт теории лингвистических моделей «Смысл – Текст»: Семантика, синтаксис. М.: Языки русской культуры, 1999. [Mel'chuk, I. A. (1999). Opyt teorii lingvisticheskih modelej «Smysl – Tekst»: Semantika, sintaksis. (*Experience of the theory of linguistic models "Meaning – Text": Semantics, syntax*). Moscow: Jazyki russkoj kul'tury. (In Russ.)].

Пиотровский Р. Г. Текст, машина, человек. Л.: Наука, 1975. [Piotrovskij, R. G. (1975). Tekst, mashina, chelovek. (*Text, machine, man*). Leningrad: Nauka. (In Russ.)].

Потапова Р. К. Речь: коммуникация, информация, кибернетика. М.: Радио и связь, 1997. [Potapova, R. K. (1997). Rech: kommunikatsija, informatsija, kibernetika. (*Speech: communication, information, cybernetics*). Moscow: Radio i svjaz. (In Russ.)].

Hutchins J. The History of Machine Translation in a Nutshell, 2005. URL: http://www.hutchinsweb.me.uk/Nutshell-2005.pdf.

Navigli R. Word Sense Disambiguation: a Survey // ACM Computing Surveys. Vol. 41, No. 2. NY: ACM Press, 2009. P. 1–69.

Nirenburg S., Wilks Y., Somers H. Readings in Machine Translation Cambridge, MA: MIT Press, 2003.

Potapova R., Oskina K. Semantic multilingual differences of terminological definitions regarding the concept “artificial intelligence” // Speech and Computer – 17th International Conference, SPECOM 2015, Athens, Greece, September 20–24, 2015, Proceedings. Vol. 9319 of Lecture Notes in Computer Science. S.: Springer International Publishing, 2015. P. 356–363.

Weaver W. The Translation memorandum. 1949. URL: http://www.mt-archive.info/Weaver-1949.pdf.

УДК 81'27

О. А. Леонтович

доктор филологических наук, профессор, заведующая кафедрой межкультурной коммуникации Волгоградского государственного социально-педагогического университета (ВГСПУ); профессор Тяньцзиньского университета иностранных языков (г. Тяньцзинь, КНР); e-mail: olgaleo@list.ru

ПРОБЛЕМА СОЦИАЛЬНОЙ ВИДИМОСТИ С ПОЗИЦИЙ МЕДИАУРБАНИСТИКИ[1]

Проблема социальной видимости, трактуемой как доступность внешнему восприятию, рассматривается с позиций медиаурбанистики, изучающей коммуникацию в большом городе. Результатом конвергенции визуального и вербального текстов становится мультимодальность городского ландшафта. Анализируются: противоречивость позиции власти относительно понятия видимости; десакрализация исторических личностей, выступающих как «визитные карточки» городов; увеличение видимости личности из-за тотального видеонаблюдения; «сверхвидимость» в медийном пространстве «селебрити», известных благодаря распространению жанров сенсации и скандала.

Ключевые слова: медиаурбанистика; социальная видимость; (де)визуализация; сверхвидимость; «селебрити»; наблюдение.

O. A. Leontovich

Doctor of Philology (Dr. habil.), Professor,
Head of the Department of Intercultural Communication and Translation,
Volgograd State Socio-Pedagogical University; Professor of Tianjin Foreign Studies University (Tianjin, China); e-mail: olgaleo@list.ru

SOCIAL VISIBILITY FROM THE PERSPECTIVE OF URBAN COMMUNICATION STUDIES

The problem of visibility defined as the accessibility to visual perception is researched from the perspective of urban communication studies. The convergence of visual and verbal texts results in the multimodality of the urban landscape. The paper deals with the contradictory position of power regarding (in)visibility; desacralization of historic figures personifying the urban community's key values; greater visibility of city dwellers due to video surveillance; and supervisibility of 'celebrities' who owe their fame to sensation and scandal.

Key words: urban communication studies; social visibility; devisualization; supervisibility; celebrity; surveillance.

---

[1] Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 17-29-09114 «Язык большого города: медиаурбанистический дискурс в России и КНР».

CC BY

Введение

Видимость, трактуемая как доступность внешнему восприятию, – это понятие, связанное с экзистенциальными, эпистемологическими и культурологическими проблемами, когницией и интерпретацией. В статье рассматривается социальная видимость в контексте медиаурбанистики – науки, исследующей коммуникацию в большом городе [Леонтович 2018], поскольку, как утверждает М. Кармона, урбанистическое пространство – это континуум между ярко выраженным частным и столь же ярко выраженным публичным пространством [Carmona 2010]. Это обширное диверсифицированное пространство, в котором видимое может затеряться среди множества других объектов и явлений, а невидимое, напротив, при определенных условиях стать видимым. В качестве материала исследования выступают вербальные и невербальные знаки, присутствующие в ландшафте большого города, которые исследуются с применением критического дискурс-анализа, этнографического и семиотического методов.

Визуальное восприятие и визуализация

Первая ассоциация с понятием «видимость» – это доступность зрению, восприятие, которое в условиях культурного, этнического, языкового и прочего разнообразия большого города может быть неодинаковым у разных индивидуумов. Позволим себе привести цитату на английском языке, которая с помощью ряда синонимичных глаголов иллюстрирует возможность различных зрительных восприятий и видов интерпретации:

> There are so many ways and styles of perceiving, seeing, beholding, looking at, viewing, descrying, glancing, catching sight of, glimpsing, spotting, watching, inspecting, detecting, noting, noticing, recognising, scrutinising, making out, picking out, setting eyes on, peeping and spying [Brighenti 2010, с. 2].

Автор далее отмечает, что сфера видимости реляционна, поскольку определяет отношения между визуальным образом и его восприятием; стратегична, так как субъекты визуализации могут влиять на интерпретацию визуального образа; событийна, поскольку существует в контексте пространства, действий и ритмов происходящего, где среда (*medium*) играет ключевую роль [там же].

Когда-то изобретение письменности обусловило переход от чувственного, визуального сознания к так называемому грамотному. Метаморфозой нашего времени становится возврат к «детскому», иконическому восприятию под влиянием цифровых технологий: картинка становится важнее слова. В семиотическом ландшафте города, как и в цифровой среде, всё в большей степени доминируют визуальные знаки. П. Вагнер использует термин «иконотекст» («iconotext») для обозначения жанра, в котором образ и слово неотделимы друг от друга, то есть имеет место конвергенция визуального и вербального текстов [Wagner 1995]. Мультимодальность современного городского ландшафта обусловливает возможность множественных интерпретаций такого рода текстов и их воздействия на социум.

Социальная видимость

Понятие социальной видимости выступает как своего рода метафора, характеризующая восприятие либо заметность явления в социальном контексте. При этом речь может идти о видимости или невидимости информации, личности, социального института.

Видимость информации

В социальных сетях понятие видимости обозначает прозрачность и открытость предоставляемых сведений, в противовес приватности и конфиденциальности. Это касается: 1) доступности информации, 2) согласия на ее распространение, 3) разрешения делиться информацией с третьими лицами [Stohl et al. 2016, с. 125].

Пользователи социальных сетей могут настроить конфиденциальность в своем аккаунте, то есть видимость информации для друзей / подписчиков / всех пользователей, а также заблокировать нежелательных лиц. Вот как соответствующие разделы выглядят в сети «Facebook»:

> Who can send you friend requests? Who can look you up using the email you provided? Block users. Block messages. Block apps.

В социальной сети «ВКонтакте» аналогичные разделы озаглавлены следующим образом:

> Кто видит основную информацию моей страницы. Кто видит список моих сохраненных фотографий. Кто видит список моих аудиозаписей. Черный список.

Одни пользователи стараются донести свою информацию до как можно большего числа людей, то есть стремятся к максимальной видимости; другие, напротив, ограничивают круг общения небольшим количеством близких друзей.

С точки зрения языкового выражения информации, а также использования изображений можно вести речь об эксплицитности и имплицитности как степенях видимости выражаемых смыслов. Приведем примеры заголовков с различных новостных сайтов. В некоторых из них содержится максимум эксплицитно выраженной информации:

> В Волгограде «Комдорстрой» задолжал 67 миллионов рублей. В России выявили 5848 новых случаев коронавируса.

В других заголовках целенаправленно используются двусмысленные, интригующие формулировки, чтобы представить достаточно ординарное событие как сенсационное и намеренно скрыть часть информации, заставив читателя пройти по ссылкам и попутно прочитать рекламу:

> Вся Россия обсуждает случившееся с Матвиенко: правду уже не скрыть (*речь идет о переизбрании В. Матвиенко на пост главы Совфеда*).

> Ушедшего с первого канала Шепелева нашли там, где никто не ожидал найти (*в статье рассказывается о том, что ведущий Шевелев оказался на канале ТНТ*).

Социальная видимость и отношения власти

Рассматривая эту проблему, исследователи задаются рядом вопросов: какие средства используются для того, чтобы сделать процессы руководства видимыми? Как ограничивается видимость информации, не предназначенная для широкой публики, и как это влияет на общественную жизнь? Какие последствия имеет (не)видимость участников социальных процессов и их точек зрения, дает ли им это привилегии либо, напротив, ограничивает их права?

Позиция представителей властных структур относительно понятий видимости и невидимости противоречива. С одной стороны, они должны быть видимы, чтобы эффективно осуществлять свои властные полномочия, используя СМИ, внешнюю рекламу, устные выступления и т. д., как, например, мэры Москвы, Нью-Йорка и Пекина:

Собянин ответил на вопрос о введении новых ограничений из-за коронавируса.

Mayor Bill de Blasio: We'd take legal action if Trump sent officers.

В 2019 году Пекин сохранил лидерство среди китайских городов по показателям деловой среды <…>, заявил сегодня мэр Пекина Чэнь Цзинин.

В бизнес-коммуникации видимость трактуют как ключевой фактор лидерства, средство создания репутации компании. Согласно данным журнала «Forbes» (2018 г.), 44 % успеха компании зависит от видимости руководителя [Bedford & Chantraine 2020].

С другой стороны, наблюдается противоположная тенденция – девизуализация руководителей как способ уйти от чрезмерного внимания либо ответственности. Раньше на интернет-сайтах размещали информацию о руководстве компаний; можно было написать жалобу президенту авиакомпании, торгового предприятия, издательства и т. д. В дальнейшем эти сведения исчезли, взамен стали размещать имена контактных лиц (вспомогательного персонала). Сейчас и такая персонифицированная информация в основном отсутствует; при звонке в банк или крупную компанию оператор называет свое имя без фамилии (*Кирилл, Павел, Марина, Степан*). Дальнейшее обезличивание происходит через внедрение коммуникации с роботами (также называемыми *ботами*, *интернет-ботами* или *чат-ботами*):

– Привет! Я молодой робот Помощник. Добрый день! Я – виртуальный помощник Елена.

На данном этапе такая коммуникация предельно примитивна и может решать лишь простые алгоритмизированные задачи.

Социальная видимость личности в контексте большого города

Социальная видимость личности в контексте большого города обозначает ее заметность для значительного количества людей, реализуемую через общественные связи и коммуникативные практики; при этом анонимность личности, ее способность затеряться в толпе обретает новые формы. А. М. Бригенти пишет про взаимодействие в урбанистическом контексте видимости и публичности, погружение в город как место пересекающихся видимостей, мобильностей и стратификаций [Brighenti 2010].

Понятие социальной видимости личности занимает свою нишу в работах западных исследователей; при этом оно рассматривается по-разному.

Видимость как признание значимости личности

Э. Клиффорд, один из первых исследователей данного понятия, пишет о видимости как признании (*recognition*) индивидуума членами группы, которое определяется его компетенциями при осуществлении групповой деятельности [Clifford 1963]. Из этого подхода вытекает современная трактовка видимости как средства развития личностного потенциала, связанного с самосознанием и способностью воздействовать на общественное мнение. Тремя ее базовыми составляющими считаются: 1) видимость для себя – осознание собственных сильных сторон и положительных качеств; 2) видимость для других – способность оказывать влияние и быть лидером; 3) коллективная видимость – способность представлять дело, компанию или организацию [Visibility: the Key … URL].

Речь также идет о видимости как признании индивидуума и определенных социальных групп властными структурами. Дискриминируемые группы (мигранты, женщины, неимущие и т. д.) рассматриваются как невидимые, так как не обладают достаточными правами для того, чтобы обратить на себя внимание [Scotland-Stewart 2007]. Язык как средство коммуникации при этом играет не последнюю роль. Авторы статьи «How the language we use entrenches inequalities» пишут о ситуациях, когда «спрятанные предубеждения становятся очевидными». Они цитируют заявление языковой группы Комиссии по равенству и правам человека (The Equality and Human Rights Commission's language group) о существующей в английском языке пресуппозиции, согласно которой нормой считаются белые гетеросексуальные женатые мужчины европейского происхождения, неинвалиды [Stevenson, Stainthorp, Morris 2019].

Представители LGBT-сообществ в западных странах высказывают недовольство по поводу того, что в публичном дискурсе речь, как правило, идет о гетеросексуальных отношениях, что делает людей с иной гендерной самоидентификацией невидимыми. Некоторые из них сами предпочитают скрывать свою сексуальную ориентацию из-за боязни дискриминации. Решение публично объявить о ней получило

название «coming out (of the closet)» (*букв*. 'выход из шкафа / чулана'), а сообщение о ней против воли субъекта – «outing» (*букв*. 'выход наружу'). Обе номинации имеют непосредственное отношение к проблеме социальной видимости.

Иногда, однако, понятие невидимости трактуется в противоположном значении – как общественная норма, представленная доминантными социальными группами (например, вышеупомянутыми белыми мужчинами-гетеросексуалами среднего возраста, принадлежащими к среднему классу). Видимыми в контексте такой трактовки становятся группы, рассматриваемые как «отклонение от нормы» – представители «небелых» рас, женщины, дети, старики, инвалиды и т. д. [Language that reinforces … 2013; Леонтович 2018]. Лингвистически такого рода видимость маркируется обозначением соответствующих аспектов идентичности: *Black secretary* (*темнокожая секретарша*), *female surgeon* (*женщина-хирург*), *лицо кавказской национальности*, в то время как индивидуумы, воспринимаемые как «норма», не маркируются (например, маловероятно словосочетание *male surgeon*, поскольку профессия хирурга априори считается мужской). Сегодня в связи с усилением движений различных социальных групп за свои права такого рода языковые формулировки вызывают протест.

Видимость и территориальность

Видимость также может проявляться в ситуациях, когда личность не вписывается в социальный контекст (например, человек зрелого возраста на молодежной тусовке; бомж в элитном ресторане; белый, заметный в толпе китайцев или индийцев) [Леонтович 2018]. На языковом уровне такая видимость может проявляться в неуместности лексикона (восклицание *Блин*! в ответе студента на экзамене либо, напротив, книжная речь на студенческой вечеринке), выборе жанров, не соответствующих ситуации общения, и т. п.

Видимость исторических личностей

Видимость исторических личностей выступает как своего рода «визитная карточка» города (например, Петр Первый и Пушкин в Санкт-Петербурге; Николай II и его семья в Екатеринбурге). При этом известность может быть как положительная, так и отрицательная,

знаменующая собой славные или трагические события в жизни города. Так или иначе, она выступает как средство формирования имиджа города, его уникальности. Следует также указать на историческую динамику, переосмысление значимых событий, десакрализацию известных личностей, с чем связано переименование городов (например, Сталинграда в Волгоград, Петербурга в Ленинград и обратно). Яркой иллюстрацией этого процесса являются последние события в США и Западной Европе, связанные с движением «Black Lives Matter», в результате выступлений которого снесли или попытались уничтожить памятники Колумбу в американских городах Ричмонд, Бостон, Сент-Пол, а также в ряде испанских и ирландских городов, измазали краской статую Черчилля в Лондоне и т. д. Эти действия обусловливают смену положительных коннотаций, сопряженных с именами исторических личностей, на отрицательные, возникновение новых смысловых связей и модификации в семиотическом ландшафте городов.

Сверхвидимость

Под сверхвидимостью мы понимаем широкую известность личности, как правило, опосредованную СМИ. Такая известность, а следовательно, и видимость, может быть:

1) позитивной и негативной;
2) вольной и невольной;
3) целенаправленной и нецеленаправленной.

Позитивная известность – это тиражирование положительного образа личности, прославившейся благодаря своим заслугам: таланту, подвигу, благотворительности и т. д. Для ее обозначения используются слова с положительной коннотацией: *великий, знаменитый, прославленный, выдающийся* и др. Отметим, что существует слово *видный*, которое непосредственно перекликается с темой нашего исследования. Негативная видимость конкретизируется такими выражениями, как: *небезызвестный, печально известный, пресловутый* и др.

В последнее время в СМИ стало фигурировать заимствованное слово *селебрити*, как в следующих примерах: *10 селебрити, которых не узнать без макияжа. Как работать с селебрити.*

Д. Дж. Бурстин, который ввел в научный обиход понятие *celebrity*, употребил его по отношению к личностям, которые, по его меткому

выражению, «известны только своей известностью». «Теперь, – подчеркивает автор, – язык имиджей господствует везде. Он повсеместно заменил язык идеалов» [Boorstin 1992, с. 193].

К. Роджек выделяет три типа известности: 1) предписанная; 2) достигнутая; 3) приписанная (цит. по: [Колпинец 2016, с. 170]). Предписанная известность достается по наследству (принц Уильям, Ксения Собчак, Стас Пьеха); достигнутая обретается благодаря таланту или победе в условиях конкуренции (Альберт Эйнштейн, Юрий Гагарин, Вячеслав Тихонов); приписанная, по словам К. Роджека, становится результатом псевдособытия, полностью созданного медиа. Яркий пример известности последнего рода – сконструированная усилиями СМИ популярность Ким Кардашян. «Очень дешевыми стали механизмы создания славы, – утверждает И. Осколков-Ценципер. – <…> Расстояние от вас до Ким Кардашьян равно нулю: анекдотическая фигура, не певица, не кинозвезда. В общем-то, она селебрити <…> [Илья Осколков-Ценипер … 2015]. К этому же разряду относятся Гоген Солнцев, Федор Шаляпин, сестры Зайцевы, Сергей Зверев и ряд других сомнительных личностей.

Л. В. Татару трактует понятие «селебрити» в тесной связи с понятием нарратива. Ссылаясь на мнение Н. Гейблера (Gabler), она пишет о том, что знаменитость – это «человек-развлечение», попадающий на страницы прессы благодаря тому, что он «проживает интересный нарратив. Это шоу со многими действующими лицами, мыльная опера, разыгрываемая не на сцене и не на экране, а в жизни, и пересказанная СМИ» [Татару 2011].

Целенаправленное конструирование имиджа «селебрити» осуществляется посредством социальных сетей, телевизионных шоу типа «Дом-2», «Привет, Андрей» (шоу Малахова), «Пусть говорят» и др., скандалов, слухов и сплетен, широко освещаемых в СМИ. Активно используются различные (авто)номинации с выхолощенным смыслом: *светская дама / львица, бизнес-леди, медиаперсона, шоумен, звездный / элитный косметолог, общественный деятель, ЛОМ (лидер общественного мнения), инфлюенсер, король / императрица российской эстрады, королева шансона*.

Сопутствующим стало появление продвигаемых в СМИ селебрити-псевдоэкспертов. В качестве примера можно привести передачу «Жить здорово!» (от 12.03.2020) на тему: «Все про вирусы»

с приглашением певцов и композиторов Марка Тишмана и Аркадия Укупника, где, в числе прочего, Тишман на вопрос, от каких вирусов есть вакцины, отвечает: «Ни от каких».

Особое место с точки зрения повышенной видимости занимают так называемые *микроселебрити*, или *микроинфлюенсеры*, авторы блогов: *видеоблогер*, *Instagram-блогер*(*ша*), *бьюти-блогер* и т. д. Они добиваются известности, выставляя в соцсетях фотографии и посты о своих мельчайших действиях с целью быть увиденными как можно большим количеством людей. Так, блогерша Е. Диденко, выступающая под именем «аптечный РЕВИЗОРРО» и получившая прозвище «веселая вдова», приобрела особую известность из-за вечеринки с брошенным в бассейн сухим льдом, в результате чего погибли ее муж и еще двое гостей. Сразу после трагедии она продолжала выкладывать в сеть видео о происшествии, а через два дня приняла участие в ТВ-шоу. За эти два дня она приобрела полмиллиона новых подписчиков. Хотя доказано, что она не знает элементарных вещей, связанных с медициной, у нее огромное количество подписчиков, следующих ее «медицинским советам». По ее собственным словам, после трагедии ее доходы увеличились втрое.

Л. В. Татару справедливо указывает на то, что СМИ создали особую «семиотику знаменитостей» и «любой индивидуум, попадающий в эту семиотическую систему, получает соответствующую ауру гламура, благодаря чему публика принимает псевдо-знаменитостей за настоящих» [Татару 2011].

Видимость и тотальное наблюдение

При рассмотрении проблемы видимости нельзя обойти вниманием тотальное наблюдение, которое стало неотъемлемой частью городской жизни и исследуется на Западе в рамках научной дисциплины «Surveillance studies». Ученые утверждают, что в современном мире «человеческий опыт более визуален и видим для окружающих, чем когда-либо прежде» [Mirzoeff 1999, с. 1]. Остановимся на этой теме кратко, поскольку мы уже посвятили ей несколько публикаций (см. [Леонтович 2018]).

Жители больших городов являются объектами наблюдения с момента, когда врачи с помощью УЗИ устанавливают факт беременности, и далее в течение всей жизни, когда осуществляется мониторинг

состояния их здоровья, обеспечивается безопасность, контролируется социальное поведение на улицах, во дворах, подъездах, лифтах, на рабочих местах, в магазинах, ресторанах, общественном транспорте и на дорогах. Практика наблюдения порождает новые семиотические знаки и тексты: объявления о факте наблюдения (*Ведется видеонаблюдение)*, его месте, времени и формате (*По периметру установлены скрытые видеокамеры. Объект находится под наблюдением 24 часа*) и отличающиеся различной модальностью (*Большой брат следит за тобой. Улыбнитесь, Вас снимает скрытая камера. Ведется видеонаблюдение, бездельники*!) [Леонтович 2018].

Тотальное наблюдение приводит к изменениям в характере дискурса, превалированию недоверия над искренностью, ощущению, что личные данные уже не являются конфиденциальными, и стремлению защитить свое право на личное пространство.

Заключение

Проведенное исследование позволяет сделать вывод о том, что развитие цифрового общения и глобальное распространение СМИ приводят к росту значимости визуальной информации, возврату к «иконическому» сознанию в противовес «грамотному». Результатом становится возможность множественных интерпретаций мультимодальности современного городского ландшафта. В зависимости от жизненных целей личности увеличение видимости, с одной стороны, может удерживать ее от совершения асоциальных поступков из-за боязни осуждения либо административного наказания, с другой стороны, напротив, подталкивать к тиражированию негативной информации с целью эпатажа и увеличения своей популярности.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ / REFERENCES

Илья Осколков-Ценципер: на смерть хипстера // спбСобака.ру, 2015. URL: http://www.sobaka.ru/city/city/35281 (дата обращения: 14.07.2020). [Il’ja Oskolkov-Cenciper: na smert’ hipstera. (Ilya Oskolkov-Tsentsiper: to the death of a hipster). (2015). http://www.sobaka.ru/city/city/35281 (accessed: 14.07.2020). (In Russ.)].

Колпинец Е. Фигура из пустоты: селебрити как феномен цифровой повседневности // Логос. 2016. Т. 26. № 6. С. 161–188. [Kolpinec, E. (2016). Figura iz pustoty: selebriti kak fenomen cifrovoj povsednevnosti (A figure

from the void: celebrity as a phenomenon of digital everyday life). *Logos, 26*(6), 161–188. http://www.logosjournal.ru/arch/90/115_10.pdf (accessed 20.07.2020). (In Russ.)].

Леонтович О. А. «Всевидящее око» города с позиций социолингвистики // Acta Linguistica Petropolitana. Труды ИЛИ РАН. XIV. Ч. 3. I. Языковое разнообразие города. СПб: ИЛИ РАН, 2018. С. 199–212. [Leontovich, O. A. (2018). "Vsevidjashhee oko" goroda s pozicij sociolingvistiki (The all-seeing eye of the city from the perspective of sociolinguistics). In *Acta Linguistica Petropolitana.* Trudy ILI RAN. XIV. Part 3. I. Jazykovoe raznoobrazie goroda. (pp. 199–212). St. Peterburg: ILI RAN. (In Russ.)].

Татару Л. В. История знаменитости как новый жанр журналистского нарратива // Narratorium. 2011. № 2. URL: http://narratorium.rggu.ru/article.hml?id=2027593 (Дата обращения: 23.07.2020). [Tataru, L. V. (2011). Istorija znamenitosti kak novyj zhanr zhurnalistskogo narrative (Celebrity story as a new genre of journalistic narrative). *Narratorium, 2*. http://narratorium.rggu.ru/article.hml?id=2027593 (accessed 23.07.2020). (In Russ.)].

Bedford N. & *Chantraine C.* Executive Social Visibility: A Powerful Communications Strategy // Ogilvy. March 17, 2020. https://www.ogilvy.com/ideas/executive-social-visibility-powerful-communications-strategy (accessed: 15.05.2020).

Boorstin D. J. The image: A guide to pseudo-events in America. New York: Vintage, 1992.

Brighenti A. M. Visibility in Social Theory and Social Research. Palgrave MacMillan, 2010.

Carmona M. Contemporary Public Space: Critique and Classification, Part One: Critique // Journal of Urban Design. 2010. Vol. 15 (1). P. 123–148.

Clifford E. Social visibility // Child Development. 1963. Vol. 34 (3). P. 799–808.

Language that reinforces inequality. APS: Association for Psychological Science. March 12, 2013. URL: https://www.psychologicalscience.org/publications/observer/obsonline/language-that-reinforces-inequality.html (accessed: 20.07.2020).

Mirzoeff N. An Introduction to visual culture. London: Routledge, 1999.

Scotland-Stewart L. Social invisibility as social breakdown: insights from a phenomenology of Self, World, and Other. Stanford University, 2007.

Stevenson O., Stainthorp C., Morris S. How the language we use entrenches inequalities // The Conversation. October 9, 2019. URL: https://theconversation.com/how-the-language-we-use-entrenches-inequalities-124664 (accessed: 12.03.2020).

Stohl C., Stohl M., *Leonardi P. M*. Digital age – Managing opacity: Information visibility and the paradox of transparency in the digital age // International Journal of Communication. 2016. Vol. 10. P. 123–137.

Visibility: the key that can unlock potential in people, organisations and the wider world. URL: https://homewardboundprojects.com.au/2020/03/20/visibility-the-key-that-can-unlock-potential-in-people-organisations-and-the-wider-world (accessed: 17.06.2020).

Wagner P. Reading Iconotexts. From Swift to the French Revolution (Picturing History). London: Reaktion Books, 1995.

УДК 81-13

Е. П. Мурашова

кандидат филологических наук, доцент кафедры лингвистики
и профессиональной коммуникации в области политических наук
Института международных отношений и социально-политических наук
Московского государственного лингвистического университета;
e-mail: catrin-skr-77@mail.ru

ФУНКЦИИ РЕТРО В МАРКЕТИНГОВОЙ КОММУНИКАЦИИ (на материале англо-, немецко- и русскоязычной рекламы парфюмерно-косметической продукции)

В статье предпринимается попытка выявить функции ретро в маркетинговой коммуникации и описать номенклатуру средств их вербализации. Материалом исследования послужили более 100 текстов англо-, немецко- и русскоязычной интернет-рекламы парфюмерно-косметической продукции брендов и магазинов, включающих ретро в свой комплекс маркетинга. В результате исследования выявлены семь основных функций ретро, каждая из которых способствует достижению убеждения и реализуется определенным набором языковых средств. Сочетание функций ретро служит фактором повышения персуазивного потенциала сообщения.

Ключевые слова: ретро; маркетинговая коммуникация; реклама парфюмерно-косметической продукции; ностальгия; прецедентность.

E. P. Murashova

PhD (Philology), Associate Professor of the Chair of Linguistics
and Professional Communication in the Sphere of Political Science,
Institute of International Relations and Social and Political Sciences,
Moscow State Linguistic University; e-mail: catrin-skr-77@mail.ru

FUNCTIONS OF RETRO IN MARKETING COMMUNICATION (an analysis of English-, German- and Russian-language beauty advertisements)

The article aims to reveal the functions of retro in marketing communication and to describe the means of its verbalization. The author analyzes more than 100 texts of English-, German- and Russian-language commercial advertisements of beauty products, published on the sites of popular brands and shops that include retro in their marketing mix. The research yielded seven main functions of retro, each of which helps to achieve the global aim of persuasion and is realized with certain language means. A combination of as many functions as possible facilitates an increase in the persuasive potential of the message.

Key words: retro; marketing communication; beauty advertisement; nostalgia; precedent.

CC BY

Введение

В настоящее время на фоне стремительной глобализации и информатизации общества наблюдается резкое повышение интереса к феномену «ретро». Возросший темп жизни, отказ от аналоговых средств общения в пользу цифровых технологий, экологические проблемы, утрата духовных ценностей не могли не наложить отпечаток на человека, вынуждая его обращаться к прошлому как источнику проверенной информации, аутентичных переживаний и душевного спокойствия.

Спрос на «эстетику прошлого» обусловил повсеместное использование ретроэлементов в различных областях жизни, в частности, в маркетинговой коммуникации для рекламы продуктов питания, предприятий общественного питания, одежды, парфюмерии и косметики.

Несмотря на популярность ретростиля, в лингвистике проблемы ретро разработаны недостаточно. Существующие работы направлены главным образом на исследование ретрокомпонента в специфических жанрах художественных произведений, таких как ретродетектив [Гусейнова, Косиченко 2018]. Пока что не было проведено цельного лингвистического исследования, рассматривающего на практике реализацию ретро в маркетинговой коммуникации. Также в лингвистике еще не выработано и не обосновано определение ретро.

В настоящей работе предпринимается попытка выделить функции ретро в маркетинговой коммуникации и выявить основные языковые средства их реализации. Признавая общекультурную значимость ретро, в данной работе мы принимаем в качестве рабочего следующее определение: ретро – это лингвокультурема, передающая новое культурное знание посредством объединения познаний о прошлом, настоящем и будущем.

Для данного исследования было отобрано более 100 текстов англо-, немецко- и русскоязычной рекламы парфюмерно-косметической продукции, опубликованных на официальных сайтах популярных косметических брендов и косметических магазинов, которые взяли ретро в основу своего маркетинга и которые открыто говорят о приверженности ретростилю, например: «Bésame Cosmetics», «TopVintage», «Новая заря» и др.

Детализация функций ретро в маркетинговой коммуникации

В результате анализа материала были выявлены следующие функции ретро в тексте маркетинговой коммуникации, рекламирующем товары массового потребления.

Аксиологическая функция

Современное общество сталкивается со множеством вызовов в сфере культуры, главными из которых можно считать утрату истории как основного культурного референта и острый духовный кризис, обусловленный забвением традиций и ценностей прошлого [Бодрийяр 2015]. Стремясь заполнить образовавшиеся лакуны, человек конструирует новую реальность с помощью принятых в социуме культурных кодов. Ключевую роль в создании «неореальности» при этом играет ретро, которое рассматривается как симулякр, выражающий традиции и ценности прошлого и обеспечивающий связь поколений.

Основным средством трансляции ценностей является язык, который, по справедливому замечанию С. Г. Тер-Минасовой, «не просто отражает мир человека и его культуру» подобно зеркалу, но и «хранит культуру и передает ее из поколения в поколение» [Тер-Минасова 2000, с. 79–80].

На наш взгляд, аксиологический потенциал ретро в значительной мере реализуется за счет языка, так как он способен не только обозначать знания и ценности прошлого, но также сохранять и передавать их последующим поколениям. Таким образом, ретро осуществляет «музеефикацию» ценностей прошлого языковыми средствами.

Ретро способно «музеефицировать» как общечеловеческие, так и этнические или национальные ценности. В рекламе парфюмерно-косметической продукции в основном транслируются общечеловеческие ценности: традиция, здоровье, красота, любовь, семья, дети, дом, патриотизм, а также характерные для западной и западноевропейской культуры ценности: новизна / инновация, престижность, элитарность, например:

> From Our *Family* to Yours, The Grandpa Soap Company has been *family* owned and operated since 1936. Our *family* and its employees stand behind the quality of our products and believe in our *traditions.* – От нашей семьи Вашей, «The Grandpa Soap Company» – семейная компания, действующая

с 1936 года. Наша семья и ее сотрудники поддерживают высокое качество наших товаров и верят в наши традиции[1] (*https://grandpasoap.com/categories/body-wash*).

Аффективная функция

Ретро внутренне присуща эмотивность, поскольку его основная задача – воздействовать на эмоциональную сферу человека. Аффективная функция обусловлена и тесно связана с его аксиологической функцией, поскольку образы и ценности прошлого эвоцируются, как правило, с целью вызвать у реципиента эмоции, главной из которых является ностальгия. Ностальгия – это «положительно окрашенная эвокация прожитого прошлого на фоне негативного восприятия настоящего или будущего» [Davis 1979, с. 18]. С. Бойм во введении к своей монографии «Будущее ностальгии» уточняет, что ностальгия – это парадоксальное чувство, поскольку, с одной стороны, представляет собой восстание против современности, с другой стороны, намеренно уничтожает историю, превращая ее в современный миф; ностальгия сочетает в себе тоску по прошлому и фантазии относительно будущего, а также выражает стремление обрести новую индивидуальность за счет возвращения к коллективному прошлому [Boym 2001].

Парадоксальность ностальгии во многом объясняет то, что ретро транслирует две, на первый взгляд, противоположные ценности – традицию и инновацию. В рекламных текстах за счет единовременного обращения к старому и новому демонстрируется, что компания и ее товары прогрессивны и надежны, поскольку прошли проверку временем. Вербализация ценностей «традиция и инновация» осуществляется при помощи слов со значением «ретро», «винтаж», «старый», «современный» и их производных, например:

This style case has a *retro* but *modern edgy* feel to it. – Этот косметический футляр выполнен в стиле ретро, но при этом новомоден (*https://www.stilettopinupcosmetics.com/aboutus.html*).

Ностальгия позволяет рекламодателю установить положительную ассоциативную связь между товаром и переживаниями потребителя,

[1] Зд. и далее перевод наш. – *Е. М.*

поэтому способность рекламы вызывать ностальгию во многом определяет успешность выбранной маркетинговой стратегии.

Наиболее распространенными средствами реализации аффективной функции ретро в исследуемых текстах является положительно окрашенная лексика, разговорная лексика, эмотиконы и всевозможные средства эвокации прошлого (прецедентные имена, устаревшая лексика, аллюзии, пословицы и поговорки, даты, глаголы в прошедшем времени, обстоятельства времени и места, инверсия, супраграфемика и др.).

Так, российский парфюмерный магазин «Душистыя радости» использует комбинацию средств стилизации текста под прошлое, главным образом дореволюционный шрифт и устаревшую лексику, например, *сюрпризная коробка* вместо *подарочный набор* в названии категории товаров. Эффект ностальгии достигается прежде всего при помощи стилистически возвышенной и устаревшей лексики в описании продукции фирмы, например:

> *Малый* набор «Люби меня». Мыло «Люби меня», *одушенное* эротической смесью №11 для *господ* (*https://www.kolomnamiloshop.ru/malyj-nabor-lyubi-menya*).

Немецкий интернет-магазин винтажных товаров «Vintage Vogue» прибегает к использованию положительно окрашенной лексики и эмотиконов:

> *Süßes* für Deine Lippen im *niedlichen* Design ♥ – Сладкое для Ваших губ с милым дизайном (*https://www.vintage-vogue.de*).

Английский бренд «Captain Fawcett», специализирующийся на средствах для ухода за бородой и усами, предлагает покупателю ознакомиться с предысторией каждого товара и использует совокупность средств для передачи образов прошлого, таких как формы прошедшего времени (1), (2), (5), (6), даты и обстоятельства времени (3), (7), прецедентные имена (9), (11) в сочетании с положительно окрашенной (14), (15), (17), (19), (20), (21) и разговорной лексикой (4), (8), (13), (16), (18) или сленгом (22). Особое внимание уделяется описанию модных трендов прошлого (10), (12):

> I *was thinking* (1) about what men *were like* (2) *when I was a kid* (3), strong *blokes* (4) who *didn't apologise* (5) for being masculine. I *wanted* (6) to bring

that back – the smell of being an adult *in the 70s and 80s* (7) – *booze* (8), cigarettes, leather, aftershave, pub – it's a bit of time travel. This sort of man, he's pulling up in a *Ford Capri* (9), *leather jacket, hairy chest in an open shirt with a gold chain* (10). *Pint in his hand, pack of Bensons* (11) (12), *laid back* (13) and *smart* (14) with an eye for the ladies and a reckless streak but *honourable* (15) *you know* (16) – a *proper gentleman* (17), *cocksure* (18) but *a real charmer* (19) – everyone wants to be around him but a look in his eye means you wouldn't cross him. It's a real intense male scent – *assertive* (20), *potent* (21), the kind worn by a man *with a score to settle* (22), but only once he's finished his pint". Ricki Hall. – Я думал, какими были мужчины в моем детстве, – крепкие мужики, которые не извинялись за свою мужественность. Я захотел снова почувствовать, каково это было быть взрослым в 70–80-х годах – алкоголь, сигареты, кожа, лосьон после бритья, паб… эдакое путешествие во времени. Такой мужчина подъезжает на «Форде Капри» в кожанке, волосатая грудь из-под расстегнутой рубахи, золотая цепь. Пиво в руке, пачка «Бенсонов», спокойный и элегантный, знает толк в женщинах, лихой, но благородный, понимаешь ли, – настоящий джентльмен, самоуверенный, но обаятельный. Все тянутся к нему, но по взгляду видно – с ним шутки плохи. Это – действительно насыщенный мужской аромат, агрессивный и сильный. Им будет пользоваться мужчина, который идет сводить счеты, но только после того, как допьет пиво. Рикки Холл (*https://www.captainfawcett.com/collections/all-eau-de-parfum/products/ricki-hall-booze-baccy-eau-de-parfum*).

Парольная функция

Парольная функция была впервые описана Г. Г. Слышкиным применительно к концептам прецедентных текстов в дискурсе. По его мнению, прецедентный текст направлен на «доказательство или эмфатизацию принадлежности отправителя речи к той же группе (социальной, политической, возрастной и т.д.), что и адресат» и, таким образом, выступает в качестве своеобразного пароля, позволяющего отличить «своих» от «чужих» [Слышкин 2000, с. 99].

Парольная функция ретро заключается прежде всего в его способности реализовывать лингвокультурологическую категорию «свой – чужой». Ретро, как правило, несет набор лингвосоциальных признаков, позволяющих, с одной стороны, обозначить принадлежность адресанта и адресата к одному социуму, с другой стороны, провести разграничение между представителями «своей» культуры и «чужими». Общность историко-культурного контекста определяет наличие

у адресанта и адресата фоновых знаний, достаточных для декодирования «пароля» «своей» культуры.

Парольная функция ретро вербализуется в рекламных текстах с помощью различных средств прецедентности, главным образом прецедентных имен и интертекстуальных включений. Как правило, прецедентные единицы репрезентируют коллективную память народа. Так, в описании губной помады «MAGIC PINK LIPSTICK – 1959» бренда «Bésame Cosmetics» посредством прецедентного имени *Sleeping Beauty* осуществляется отсылка к популярному американскому мультфильму «Спящая красавица» 1959 года:

> Formerly known as Make It Blue, Make It Pink, Magic Pink is inspired by the iconic dress-changing scene of the 1959 classic film *Sleeping Beauty*, bringing the magic of the three fairies to your vanity. – На создание “Magic Pink”, ранее известной как «Make It Blue, Make It Pink», нас вдохновила культовая сцена со сменой платьев из классического фильма «Спящая красавица» 1959 года. Волшебство трех фей в Вашей косметичке! (*https://besamecosmetics.com/products/magic-pink-lipstick*).

Фоновые знания являются необходимой составной частью так называемой интертекстуальной компетенции, определяемой как способность идентифицировать и понимать интертекстуальные включения той или иной культуры.

Само название бренда в большинстве случаев информативно и позволяет определить принадлежность к «своим» или «чужим». Как отмечает П. Б. Паршин, «бренд – это, прежде всего, знак, определенного рода знак и, как всякий знак, он сопрягает материальный и идеальный миры», формируя у реципиента определенный набор ожиданий, поэтому анализ ретрокомпонента в семантике названий брендов, несомненно, может считаться перспективным направлением исследования [Паршин 2015, с. 19].

Характерологическая функция

Характерологическая функция ретро тесно связана с парольной функцией и подразумевает выражение средствами языка характерных признаков адресанта и адресата, причем как коллективных, так и индивидуальных.

Адресант и адресат ретро, с одной стороны, выступают как представители одного народа, этноса, сообщества, с другой стороны,

характеризуются совокупностью индивидуализирующих признаков: высокий социальный статус, платежеспособность, эксплицитная гендерная идентичность, гендерная бинарность.

Ретрореклама парфюмерно-косметической продукции в большинстве случаев апеллирует к чувству элитарности покупателя за счет использования лексики, выражающей «классовость» товара и / или высокий социальный статус того, кто им будет пользоваться. Например, в описании мужской туалетной воды «Vetiver Chic» марки «Новая заря» используются прилагательные, эксплицирующие изысканность парфюма и аристократизм целевого покупателя:

> Композиция, авторство которой принадлежит парфюмерам отечественного бренда «Новая заря», дарит свое *благородное* ароматическое наполнение мужчинам, предпочитающим вести *роскошную* жизнь (*https://www.newzaria.ru/product/vetiver-chic-edt*).

В исследуемом материале подчеркивается гендерная идентичность адресата с помощью лексики (существительных и личных местоимений), обозначающей мужской или женский пол, а также гендерно-специфической лексики. Так, в описании товаров нередко можно обнаружить два основных маркера женской речи – подробные описания цветов и диминутивы:

> *Светоотражающий персиково-розовый* оттенок добавит цвета вашим *щечкам* и легкое красивое мерцание подчеркнет лучшие черты (*https://thebalmofficial.ru/shop/cheeks/cindy-lou-manizer*).

Примечательно, что для ретрорекламы типична гендерная бинарность – адресант открыто постулирует, что товар предназначается либо для женщин, либо для мужчин, и прибегает к средствам вербализации атрибутов женственности и мужественности. Так, в описании косметического бренда «Stiletto Pin-Up» находим сочетание прилагательного и существительного, обозначающее свойство «женской таинственности». Заглавная буква демонстрирует приоритетность женского начала для компании:

> The feel of the line captures the core of the Retro Burlesque performers, and Pin-Up Models of days gone by and renews that Art with honoring the *Female mystique.* – Товары напоминают о танцовщицах ретробурлеска и пин-ап моделях минувших дней, а также возрождают их Искусство, чествуя

Женскую таинственность (*https://www.stilettopinup.com/collections/custom-compacts/products/black-stiletto-signature-custom-compact*).

Развлекательная функция

С. Рейнольдс во вступлении к своей книге, посвященной феномену ретромании в поп-культуре, среди основных признаков ретро называет игривый, ироничный тон и эклектичность. Подчеркивается, что цель ретро заключается не в том, чтобы документально осветить исторические события, идеализировать или сентиментализировать прошлое, а в том, чтобы «развлечься и очароваться им» [Reynolds 2011].

Развлекательная функция ретро реализуется прежде всего за счет применения средств инфотейнмента, к которым относится жанровое смешение (реклама и научно-публицистическая статья, реклама и анекдот, реклама и рассказ и др.), языковая игра, многочисленные средства разговорности и средства прецедентности.

Так, в следующем описании черного мыла для бороды «ALEKSANDROV Black» развлекательная функция осуществляется за счет шутливого тона, который достигается посредством сочетания разговорного синтаксиса, разговорной лексики и эмотиконов с общеизвестными терминами:

> *Да черное, да с углем, да с крутым ароматом. Почему именно для бороды, и чем оно отличается от обычного мыла*? За день борода собирает на себя много всего лишнего: еда, пыль, осадки, воск масла и бальзамы. *И все это надо смыть вечером.* Обычное туалетное мыло не очень хорошо с этим справляется, остается ощущение *недомытости* :) Масла, входящие в состав, подобраны так, чтобы обеспечить максимальное очищение при бережном воздействии на кожу. В мыло также добавлено *нерафинированное масло авокадо*, которое полезно для кожи и волос, и *активированный уголь*, который является *адсорбентом* и придает мылу черный оттенок (*https://www.aleksandrov.care/catalog/soap-black*).

Примечательно, что реклама косметической продукции нередко включает орфографические и иные ошибки, что, возможно, объясняется общей шутливостью тона.

Людическая (игровая) функция

Людическая (игровая) функция является частным проявлением развлекательной функции. Одним из основных признаков ретро является

игривость тона, которая реализуется с помощью слова *игривый* и его производных, иноязычных вставок, эмотиконов, а также многочисленных вариаций языковой игры (фонетической, графической, морфологической, игры с привлечением прецедентных феноменов и др.).

Так, в немецкоязычном описании жидкой подводки для глаз «Schwing» от «theBalm» используются многочисленные англоязычные вставки, в том числе с указанием вида продукта, а также средства пунктуации (многоточие, восклицательные знаки), каламбур и рифма. Отметим, что само название товара содержит игровую словообразовательную контаминацию, основанную на прецедентном имени *свинг* (направление в джазовой музыке и танцах, популярное в 1920-40-х годах): *swing* (рус. *свинг*) + *wing* (рус. *стрелка*):

> *Den Blick perfekt in Szene setzen... für einen verführerischen Augenaufschlag solltest du diesen Schwing Liquid Eyeliner in Black anbringen*! <…> Dank der konisch geformte, dünne Spitze des Applikators aus Filz kann man den *Eyeliner* problemlos gleichmässig auftragen. „*Schwing it and wing it*!" – Привлечь всё внимание к взгляду… для создания соблазнительного образа тебе следует нанести подводку «Schwing Liquid Eyeliner» в черном цвете! <…> Благодаря тонкому кончику аппликатора из фетра конической формы подводку легко нанести равномерно. «Танцуй свинг, рисуй стрелки!» (*https://topvintage.de/de/vintage-retro/schwing-liquid-eyeliner-in-black*).

Эстетическая функция

Эстетическая функция ретро в рекламе реализуется, как правило, за счет использования подробных описаний товаров с использованием различных средств выразительности и стилистических приемов. Так, в описании аромата «SMOOTHIE STAR» от «Soap & Glory» содержатся красочные эпитеты, перечисление и параллелизм:

> A *mouth-wateringly moreish* blend with *rich*, *nutty* ALMONDS and *comforting*, *gourmand* VANILLA. – Аппетитная, вкусная смесь с насыщенной ореховой ноткой МИНДАЛЯ и успокаивающей лакомой ВАНИЛЬЮ (*https://www.soapandglory.com*).

Заключение

Резюмируя вышесказанное, необходимо отметить следующее: во-первых, в маркетинговой коммуникации ретро выполняет семь

основных функций: аксиологическую, аффективную, парольную, характерологическую, развлекательную, людическую (игровую) и эстетическую; во-вторых, все функции ретро в маркетинговой коммуникации подчинены глобальной цели информирования и убеждения покупателя; в-третьих, основной функцией ретро ввиду присущей ему эмотивности может считаться аффективная функция, при этом ностальгия, хотя и является главной целью ретро, не служит обязательным условием реализации его аффективной функции, так как воздействие на эмоциональную сферу может происходить косвенно средствами других функций; в-четвертых, выполнение ретро многих функций может быть фактором повышения персуазивного потенциала сообщения; в-пятых, каждая из семи функций реализуется при помощи определенной номенклатуры языковых средств, среди которых важное место отводится средствам прецедентности.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ / REFERENCES

Бодрийяр Ж. Симулякры и симуляции. М.: Постум, 2015. [Bodrijjar, Zh. (2015). Simuljakry i simuljacii. (*Simulacrums and simulations*). Moscow: Postum. (In Russ.)].

Гусейнова И. А., Косиченко Е. Ф. Жанры, меняющие мир и нас. Тривиальный дискурс. Ретродетектив: колл. монография. М.: ФГБОУ ВО МГЛУ, 2018. [Gusejnova, I. A., Kosichenko, E. F. (2018). *Genres changing us and the world. Trivial discourse. Retro-detective prose*. Moscow: Moscow State Linguistic University. (In Russ.)].

Паршин П. Б. Территория как бренд: маркетинговая метафора, идентичность и конкуренция. М.: МГИМО-Университет, 2015. [Parshin, P. B. (2015). Territorija kak brend: marketingovaja metafora, identichnost' i konkurencija. (*The Territory as a Brand: The Marketing Metaphor, Identity and Competition*). Moscow: Moscow State Institute of International Relations. (In Russ.)].

Слышкин Г. Г. От текста к символу: лингвокультурные концепты прецедентных текстов в сознании и дискурсе. М.: Academia, 2000. [Slyshkin, G. G. (2000). Ot teksta k simvolu: lingvokul'turnye koncepty precedentnyh tekstov v soznanii i diskurse. (*From Text to Symbol: Linguocultural Concepts of Precedent Texts in Consciousness and Discourse*). Moscow: Academia. (In Russ.)].

Тер-Минасова С. Г. Язык и межкультурная коммуникация: учеб. пособие для студентов, аспирантов и соискателей по специальности «Лингвистика и межкультурная коммуникация». М.: Слово, 2000. [Ter-Minasova, S. G. (2000). Jazyk i mezhkul'turnaja kommunikacija. (*Language and intercultural*

communication): a training manual for students, post-graduate students and degree-seeking students in “Linguistics and International Communication”). Moscow: Slovo. (In Russ.)].

Boym S. The Future of Nostalgia. N.Y.: Basic Books, 2001.

Davis F. Yearning for Yesterday: A Sociology of Nostalgia. N.Y.: Free Press, 1979.

Reynolds S. Retromania: Pop Culture’s Addiction to Its Own Past. N.Y.: Faber and Faber, Inc., 2011.

УДК 81-139

Л. В. Мотовских

аспирант кафедры прикладной и экспериментальной лингвистики
Московского государственного лингвистического университета;
e-mail: leon@motovskikh.ru

КЛАССИФИКАЦИЯ МЕДИАТЕКСТОВ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ МАШИННОГО ОБУЧЕНИЯ

В статье описывается применение алгоритмов random forest («случайный лес») и support vector machine (метод опорных векторов) из библиотеки scikit для классификации текстов новостных изданий. Поиск оптимальных параметров для работы алгоритмов производится с помощью случайного поиска и поиска по сетке. Набором статей для обучения выступает выборка текстов новостного агентства ИТАР-ТАСС. Классификация производится на основе терм-документной матрицы TF-IDF, построенной по статьям из выборки текстов.

Ключевые слова: классификация текстов; TF-IDF; «случайный лес»; метод опорных векторов; электронные СМИ.

L. V. Motovskikh

PhD Student, Department of Applied and Experimental Linguistics,
Moscow State Linguistic University; e-mail: leon@motovskikh.ru

MEDIATEXTS CLASSIFICATION USING MACHINE LEARNING

The article focuses on the usage of random forest and support vector machine algorithms from the scikit library for classification of mediatexts. The author describes the search for optimal values using random search and grid search. Initial set of articles for model training is gathered from the Russian news agency ITAR-TASS. To fit and transform texts for the classification algorithms a term-document matrix TF-IDF is used.

Key words: text classification; TF-IDF; random forest; support vector machine; online media.

Введение

Методы машинного обучения успешно применяются для автоматизации работы с большими наборами текстов, в частности, они используются для решения задач классификации текстов различных жанров, таких как научного [Ломотин и др. 2017] и юридического характера [Sulea et al. 2017].

Область применения методов машинного обучения распространяется также на жанр медиатекстов. Более того, они используются

CC BY

для решения задач сентимент-анализа [Зверева 2014] или выделения скрытых тем [Vargas-Calderón et al. 2019] медиатекстов.

В статье описывается использование методов машинного обучения для автоматической классификации медиатекстов. В частности, рассматривается применение и получение результатов классификации с помощью метода опорных векторов (support vector machine) и алгоритма «случайный лес» (random forest).

Подготовка выборки

В качестве источника медиатекстов был использован набор статей из пяти внутренних рубрик агентства ИТАР-ТАСС, обладающего большим массивом материалов: «общество», «экономика», «политика», «спорт», «культура» (*tass.ru*). После предварительной оценки длины статей в символах 5% наименее и наиболее объемных статей были удалены из выборки. В итоговую выборку попало 8 453 статьи, каждая из которой однозначно соответствует одной из пяти указанных ранее рубрик.

Общая выборка статей была разделена на две подвыборки в соотношении 85:15. В абсолютных числах объемы подвыборок составили 7 185 и 1 268 статей соответственно. Первая подвыборка была использована для обучения модели, вторая – для проверки ее работы.

Так как оба алгоритма классификации принимают на вход числовые данные, содержимое статей требовалось преобразовать в числовую форму. Для этого на основе собранных текстов была сформирована терм-документная матрица TF-IDF, использующаяся в качестве статистической меры выделения наиболее часто используемых термов в наборе текстов.

В матрице TF-IDF столбцы образуют все уникальные термы, поэтому в исходном тексте каждая отдельная словоформа будет иметь собственный вес. Для получения более точных значений весов и уменьшения размерности матрицы исходные тексты документов предварительно обрабатываются [Korenius et al. 2004]. Способами преобразования могут выступать лемматизация, стемминг и удаление стоп-слов. Более подробно процесс обработки исходных текстов описан в статье, посвященной формированию выборки статей [Мотовских 2020].

Применение алгоритмов к матрице TF-IDF

Random forest, или «случайный лес», – алгоритм машинного обучения, работающий на основе регрессионных деревьев. Каждому дереву дается для обучения классификации небольшой набор случайных элементов из подвыборки. После обучения классификация происходит путем голосования: новым данным присваивается тот класс, за который проголосует большинство деревьев [Garreta, Moncecchi 2013].

Каждый экземпляр классификатора «случайный лес» инициализируется с определенными параметрами, влияющими на качество предсказаний. Для построения первого набора классификаторов параметры принимали следующие значения:

- использование метода Bootstrap, флаг 0 или 1;
- максимальная глубина дерева: 20, 40, 60, 80, 100 узлов или без ограничений;
- минимальное число элементов в листовой вершине: 1, 2 или 4;
- минимальное число элементов для разделения узла: 2, 5 или 10;
- количество деревьев: 200, 400, 600, 800 или 1000.

Общее количество возможных классификаторов для всех возможных значений параметров – 540. Так как перебор моделей со всеми возможными сочетаниями параметров может быть неэффективным с точки зрения затраченных ресурсов, для поиска наилучшей модели используется метод случайного поиска с ограниченным количеством операций [Bergstra, Bengio 2013]. Критерием для отбора лучшей модели выступает ее точность предсказания на тестовой выборке.

В работе случайным образом было отобрано 50 моделей с разным набором параметров, наилучший результат из которых показала модель с параметрами: 1; 60; 1; 10; 1000 и точностью 84%. Точность предсказаний категорий на тестовой подвыборке составила 86%. Для улучшения точности модели был использован поиск новых параметров по сетке.

В отличие от случайного поиска, поиск по сетке параметров перебирает все возможные наборы параметров и выбирает среди них лучшие. На основе полученных ранее значений параметры были оптимизированы следующим образом:

- метод Bootstrap не использовался ни разу, флаг всегда равен 0;
- максимальная глубина дерева: 50, 60 или 70 узлов;
- минимальное число элементов в листовой вершине: 1, 2 или 4;

- минимальное число элементов для разделения узла: 5, 10 или 15;
- количество деревьев: 900, 950, 1000, 1050 и 1100.

Лучший результат со средней точностью 85% показала модель с набором параметров: 0; 70; 1; 5; 900. Точность предсказаний категорий на тестовой подвыборке составила 86%.

Метод опорных векторов – набор алгоритмов машинного обучения, в основе которых лежит принцип разделения подвыборки на несколько гиперплоскостей так, что элементы разных классов находятся от оптимальной гиперплоскости на максимально возможном расстоянии. Предсказанием алгоритма в таком случае будет положение элемента относительно оптимальной гиперплоскости [Garreta, Moncecchi 2013].

Так же как и для алгоритма «случайный лес», для первичного набора значений параметров был использован метод случайного поиска. Для этого настраивались следующие параметры:

- параметр регуляризации: 0,0001, 0,001 или 0,01.
- ядро алгоритма: линейная, базисная или полиномиальная функция, 0, 1 или 2 соответственно.
- коэффициент для ядра функции: 0,0001, 0,001, 0,01, 0,1, 1, 10 или 100.
- степень полинома: 1, 2, 3, 4 или 5.

Лучший результат со средней точностью 85% показала модель с набором параметров: 0,01; 2; 10; 3. Точность предсказаний категорий на тестовой подвыборке составила 86%.

Для улучшения качества модели также был использован поиск по сетке параметров. Новые значения составили:

- параметр регуляризации: 0,01, 0,1, 1, 10.
- ядро алгоритма: использовать полиномиальную функцию, всегда 2.
- коэффициент для ядра функции: 1, 10 или 100.
- степень полинома: 2, 3 или 4.

В результате была найдена модель с параметрами: 0,01; 2; 10; 2 со средней точностью 86%. Точность предсказаний категорий на тестовой подвыборке составила 88%.

Таким образом, наилучшим полученным классификатором оказалась модель на основе метода опорных векторов с параметрами: 0,01; 2; 10; 2. Она же и была использована для точечной классификации материалов из дальнейших источников.

В качестве дополнительной точечной проверки модели классификатора были использованы четыре статьи из похожих рубрик, но другого новостного издания и временного периода. Ими стали: «Победа Хабиба Нурмагомедова» из рубрики «Спорт», «Ошибки художников по костюмам в фильмах СССР» из рубрики «Культура», «Клишас рассказал о поправках в закон о неприкосновенности президента» из рубрики «Политика» и «Правительство одобрило правки федерального бюджета» из рубрики «Экономика», опубликованные осенью 2020 года в новостном агентстве «РИА Новости» (*ria.ru*).

Чтобы модель могла классифицировать статью, исходный текст был преобразован тем же образом, что и изначальные тексты из агентства ТАСС. Преобразованный текст был также трансформирован с помощью матрицы TF IDF, созданной на основе статей из основной выборки.

Модель классификатора использует вероятностный подход для классификации статьи. Каждой из пяти обозначенных изначально рубрик проставляется процент, показывающий с какой вероятностью статья попадает в эту рубрику. Итоговый выбор рубрики в таком случае осуществляется на основе максимального значения среди всех предположений.

Предсказания модели классификатора для рубрик «общество», «экономика», «политика», «спорт», «культура» составили соответственно:

- «Победа Хабиба Нурмагомедова»: 10,9%; 0,1%; 0,3%; 87,4%; 1%.
- «Ошибки художников по костюмам в фильмах СССР»: 6,9%; 0,2%; 0,1%; 0,1%; 92,5%.
- «Клишас рассказал о поправках в закон о неприкосновенности президента»: 6,2%; 3,9%; 89,5%; 0,2%; 0%.
- «Правительство одобрило правки федерального бюджета»: 1,7%; 97,9%; 0,2%; 0%; 0%.

Таким образом, классификатор верно определил рубрику статьи во всех пяти случаях. Стоит отметить, что наибольшую погрешность классификатор получает в отношении категории «общество», что можно дополнительно использовать как критерий общественной значимости новостной статьи.

Заключение

В статье описан процесс автоматической классификации медиатекстов с помощью метода опорных векторов (support vector machine) и алгоритма «случайный лес» (random forest). Так, модель показала достаточно хорошие результаты на тестовой подвыборке.

Отметим, что хотя полученные результаты основаны на классификации текстов из одного источника данных, они могут быть дополнительно проверены для классификации большего количества неразмеченных текстов других СМИ.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ / REFERENCES

Зверева П. П. Сентимент-анализ текста (на материале печатных текстов газеты «The New York Times» о России и россиянах) // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Лингвистика. 2014. № 5. С. 32–37. [Zvereva, P. P. (2014). Sentiment-analysis of text (texts about Russia and the Russians from The New York Times. *Bulletin of the Moscow Region State University. Series: Linguistics, 5*, 32–37. (In Russ.)].

Ломотин К. Е., Козлова Е. С., Романов А. Ю. Применение методов машинного обучения при классификации научных текстов по специализированной базе текстов // Инновационные, информационные и коммуникационные технологии. 2017. № 1. С. 410–414. [Lomotin, K. E., Kozlova E. S., Romanov A. Y. (2017). Machine learning methods application in the task of scientific text categorization on specialized texts base. *Innovacionnye, informacionnye i kommunikacionnye tekhnologii, 1*, 410–414. (In Russ.)].

Мотовских Л. В. Выделение ключевых слов для классификации текстов // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2020. Вып. 9 (838). С. 235–242. [Motovskikh, L. V. (2020). Extracting keywords for text classification. *Vestnik of Moscow State Linguistic University. Humanities, 9*(838), 236–243. (In Russ.)].

Bergstra J., Bengio Y. Random search for hyper-parameter optimization // The Journal of Machine Learning Research. 2012. No 13.1. Pp. 281–305.

Garreta R., Moncecchi G. Learning scikit-learn: machine learning in python. Packt Publishing Ltd. 2013.

Korenius T. Laurikkala J., Järvelin K., Juhola M. Stemming and lemmatization in the clustering of Finnish text documents // Proceedings of the thirteenth ACM international conference on Information and knowledge management. 2004. P. 625–633.

Sulea O. M., Zampieri M., Malmasi S., Vela M., Dinu L. P., Genabith J. van. Exploring the use of text classification in the legal domain. arXiv preprint arXiv:1710.09306. 2017.

Vargas-Calderón V., Dominguez M. S., Vinck-Posada H., Camargo J. E. Using machine learning and information visualization for discovering latent topics in Twitter news. arXiv preprint arXiv:1910.09114. 2019.

УДК 81'27, 81–13

Т. В. Писанова, И. А. Гусейнова

Писанова Т. В., доктор филологических наук,
профессор кафедры испанского языка и перевода
переводческого факультета Московского государственного
лингвистического университета; e-mail: ptp1@bk.ru

Гусейнова И. А., доктор филологических наук, доцент,
профессор кафедры немецкого языка и перевода
переводческого факультета Московского государственного
лингвистического университета; e-mail: ginnap@mail.ru

ЭРИТАЖНЫЕ ЯЗЫКИ В ЭПОХУ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ

В статье предпринимается попытка обобщить влияние глобализационных процессов, определяющих роль, лингвистическую значимость и институциональный статус языков. Одновременно анализируются прогнозируемые последствия глобального перехода к цифре для эритажных языков на фоне наиболее распространенных европейских языков, в том числе испанского. Этиологический подход применяется для осуществления анализа экстралингвистических факторов, обусловливающих сферы применения эритажных языков в условиях цифровой трансформации. Описываются отдельные аспекты межъязыкового и межкультурного взаимодействия, реализуемого в опосредованных видах коммуникации и осуществляемого с переключением языков. Особое внимание уделяется вопросам лингвистической безопасности эритажных языков с учетом сфер их институционального использования, а также рассматривается эритажный билингвизм и возможности его институционального применения в виртуальной среде.

Ключевые слова: эритажный язык; билингвизм; эритажный билингвизм; цифровая трансформация; социокультурное взаимодействие; межъязыковая коммуникация; межкультурная коммуникация; безбарьерная среда; институциональная коммуникация.

T. V. Pisanova, I. A. Guseynova

Pisanova T. V., Doctor of Philology (Dr. habil.), Professor,
Spanish language and translation department,
Translation and Interpreting Department,
Moscow State Linguistic University; e-mail: ptp1@bk.ru

Guseynova I. A., Doctor of Philology (Dr. habil.), Associate Professor,
Professor, German language and translation department,
Translation and Interpreting Department,
Moscow State Linguistic University; e-mail: ginnap@mail.ru

HERITAGE LANGUAGES IN THE DIGITAL TRANSFORMATION ERA

This article has been written in an attempt to generalize the influence of globalization processes which define the role, linguistic value and institutional status of languages. The foreseeable consequences of a global transition to digital for heritage languages are also being described, where they are surrounded by most popular European languages including Spanish. An etiological approach is used for analyzing extra-linguistic factors which define the sphere of use for heritage languages in the midst of digital transformations. Certain aspects of cross-language and cross-cultural interactions are described which are manifested in indirect communication types and in switching between languages. Special attention is paid to linguistic security of heritage languages while taking into consideration the spheres of their institutional use. The article also deals with heritage bilingualism and the possibility of its institutional use in virtual environments.

Key words: heritage language; bilingualism; heritage bilingualism; digital transformation; sociocultural interactions; cross-language communications; cross-culture communications; barrier-free environment; institutional communications.

Введение

Цифровая трансформация является одним из социально и культурно значимых проектов современности, поскольку она затрагивает все сферы жизни человека и, прежде всего, его профессиональную и повседневную деятельность. Анализ трудов современных ученых, посвященных различным аспектам глобализационных процессов, свидетельствует о том, что поворот к цифре требует пересмотра наших отношений к событиям и явлениям окружающей действительности. Постепенное внедрение цифровых решений в повседневную жизнь человека заставляет нас по-новому решать и коммуникативно-прагматические задачи. За последние несколько лет в отечественной и зарубежной гуманитарной науке появились монографические исследования, описывающие основные виды деятельности человека в условиях дигитализации общественных сфер жизни. В связи с этим становится актуальным вопрос о возможностях цифровизации искусствоведческого дискурса и возможностях применения его ресурсов в институциональной коммуникации. В настоящее время мы отмечаем развитие искусствоведческого дискурса в коммуникативно значимых направлениях, ориентированных на создание виртуальной нарративной среды, обеспечивающей трансформацию художественного печатного

слова в электронный формат; на развитие интеллектуальных систем, способных осуществлять коммуникацию по оси человек – машина, машина – машина; на разработку среды телеприсутствия, предполагающей виртуальные путешествия с гидом и видеотуры, выполненные с применением многомерных технологий; на формирование набора средств визуализации данных и баз данных, поддерживающих консолидацию энциклопедических знаний о мире, различных лингвокультурах, лингвострановедении и реалиях окружающей действительности; на создание онлайн проектов, затрагивающих сферу музыки и живописи, скульптуры. В свете вышеописанного приобретает дополнительные смыслы высказывание К. Пол, которая отмечает, что «смартфоны и планшеты, равно как и совершенствование программных платформ, открыли новые возможности для художественного осмысления дополненной реальности» [Пол 2020, с. 238]. При этом «дополненная реальность» понимается нами в широком смысле как включение в физическое пространство виртуальных образов, призванных усилить эмоциональное и информационное воздействие на пользователей мобильных устройств. Наслоение пространств – физического и виртуального, позволяет осуществить человеку путешествие в электронной среде, не отрываясь от привычных ему ориентиров, существующих в физическом пространстве. Примером может служить уже ставший привычным маппинг, т. е. нанесение «виртуальных изображений на конкретную долготу и широту» [Пол 2020, с. 238]. Результатом такого наложения является гибридизация различных видов пространств, которая придает ему многомерность и иллюзию погружения в иные миры. Безусловно, приведенные выше примеры, демонстрирующие влияние информационных технологий на современную культуру, также затрагивают и лингвистическую сторону. Это обусловлено, прежде всего, тем, что насыщение коммуникативно-дискурсивного пространства осуществляется через изображение и текст. Последний играет существенную роль в дополненном пространстве, поскольку использует ресурсы не только литературного языка и языка средств массовой информации, но и социальные диалекты, к которым, напомним, также могут быть причислены профессиональные языки, имеющие свою терминологическую систему и характеризующиеся наличием единиц специальной лексики; жаргоны, которыми владеют определенные социальные группы, использующие жаргонизмы в качестве социальных

сигналов, способствующих распознаванию принадлежности участников общения к данному социуму; арго или условные языки, которые, на первый взгляд, имеют достаточно узкую сферу употребления, но одновременно широко внедряются в тривиальную литературу и в аудиовизуальную продукцию.

Важно подчеркнуть, что профессиональное общение между специалистами одной предметной области разительно отличается от их общения с массовым реципиентом или представителями иной отрасли. Это отличие заключается в использовании единиц профессиональной лексики, которая содержит «эмоционально-экспрессивную окрашенность» [Бондалетов 2019, с. 132]. Как справедливо отмечает А. П. Наумова, профессиональный дискурс обладает своими социокоммуникативными характеристиками. Так, она констатирует, что «основным жанром письменной формы профессионального дискурса переводчиков является статья (научная и научно-популярная)» [Наумова 2020, с. 8], а «основным жанром виртуальной формы профессионального дискурса переводчиков является форум» [там же, с. 9]. При этом для профессионального дискурса интегрирующую роль играет феномен языковой игры, служащий индивидуализации и персонализации участника социокоммуникативного взаимодействия в электронной среде. По этой причине обращение к ресурсам эритажных языков представляется оправданным в условиях цифровой трансформации, поскольку эритажные языки способствуют сохранению национально-культурной и профессиональной идентичности коммуниканта, а также придают опосредованному общению признаки устности, характерные для профессионального общения специалистов той или иной предметной области.

Виртуальная среда и эритажные языки

В нашей работе виртуальная среда рассматривается в качестве коммуникативно-дискурсивного пространства, которое может быть освоено различными способами. Научный интерес представляют не только способы его освоения, но и насыщение духовно-нравственным содержанием. В ходе анализа предметно-специальной литературы мы обратили внимание на то, что зарубежные исследователи придерживаются определенных принципов при представлении контента в условиях цифровизации, а именно принципа ненасилия: в

институциональном общении коммуниканты не навязывают свое содержание, мотивируя это тем, что это устаревший метод: «Gewalt ist eine Methode von gestern» [Rosenberg 2016, с. 14]. Одновременно, однако, отмечается стремление к фиксации ошибок, допускаемых другими, что свидетельствует об использовании оппозиции «свой – чужой», характеризующей межъязыковую и межкультурную коммуникацию: «Immer wenn wir uns ärgern, suchen wir beim anderen einen Fehler» [там же, с. 139]. Следующая особенность заключается в соблюдении принципа интертекстуальности. Следует отметить наличие сильных и слабых интертекстуальных связей, которые возникают в результате использования интертекстов, обладающих культурно-исторической значимостью, или так называемых «интертекстов-мемов» (термин Г. В. Денисовой) [Денисова 2020], которые актуальны только в определенный промежуток времени и служат своего рода маркерами определенной эпохи, выступая нередко в функции модных слов. Все интертексты делятся в концепции Г. В. Денисовой на «сильные» и «слабые». Интертексты, имеющие «статус значимых в определенный исторический момент вне зависимости от эстетического качества» [Денисова 2020, с. 103], могут быть к виду «сильных» интертекстов, а интертексты, которые представляют собой «моментальные снимки ассоциативно-языкового сознания, актуализация которых ограничена временными рамками и связана с социальными факторами» [там же, с. 103], следует рассматривать в качестве «слабых».

На наш взгляд, придерживаясь вышеуказанных принципов, участники социокоммуникативного взаимодействия в виртуальной среде достигают решения практических задач, обусловленных телеологическим применением лингвистических средств.

В ходе институционального общения, реализуемого без использования информационных технологий, языковые пары варьируют в зависимости от социокультурных параметров участников межкультурного и / или межъязыкового взаимодействия. Нами отмечены случаи одновременного использования трех языков (родного языка, первого и второго иностранного языков), а также переключения на четыре языка в ситуациях, когда в институциональной коммуникации принимают участие билингвы, владеющие двумя родными языками и двумя иностранными. Последний случай представляет наибольший научный интерес.

В институциональной коммуникации, реализуемой оффлайн, переключение кодов осуществляется без ущерба для коммуникативно-прагматической цели общения, и даже приветствуется, поскольку свидетельствует о высоком статусе участников социокультурного взаимодействия, в то время как в онлайн коммуникации наблюдается противоположная тенденция, которая выражается в сокращении количества языковых кодов. В этом контексте цифровизация как основной результат глобализационных процессов реализует «принцип оптимальности», который диктует перевод множества процессов в виртуальное пространство с целью упорядочивания различных видов человеческой деятельности.

В связи с этим возникает вопрос о лингвистической безопасности или, шире, об экологии языков, прежде всего, эритажных, нередко являющихся культурно-историческим наследием в регионах, в которых распространены ситуации билингвизма.

Под экологией языка мы понимаем целенаправленную языковую политику, направленную на преодоление лингвистических последствий глобализационных процессов. Напомним, что упомянутая теория возникла в 70-х гг. XX в. Принято считать, что основные положения были разработаны голландскими, французскими и американскими учеными. Термин стал применяться в метафорическом значении: «появились публикации по экологии разума, экологии межличностных отношений, экологии общества, экологии поведения» [Трошина 2020, с. 8]. Экология языка в понимании отечественных ученых направлена на разработку ресурсов того или иного языка, обеспечивающую его «встроенность» в коммуникативные процессы. По этой причине ключевым стал вопрос о сохранении жизнеспособности языка [Карасик 2013] в новых условиях, особенно в условиях глобального поворота к цифре. В нашей работе мы остановимся на эритажных языках, функционирующих в условиях билингвизма.

Напомним, что билингвизм является достаточно распространенным явлением, он также применим и к языковой ситуации в России. В открытых источниках упоминается, что билингвизм представлен в ряде субъектов РФ, а именно на Алтае, в Башкортостане и Татарстане, в Чувашии и Республике Саха (Якутия), в республиках Северного Кавказа и др. Применительно к эритажным языкам билингвизм может быть представлен неравномерно. В одних случаях он

присутствует на разных ступенях образования, в других – только в быту. Однако глобализационные процессы привели не только к использованию доминирующего языка на определенных территориях, но и одновременно к употреблению эритажных языков в институциональной и профессионально ориентированной среде. Безусловно, в профессиональной сфере в России предпочтение отдается русскому языку. Это обусловлено не только институциональным регулированием, но и развитием терминологии и единиц специальной лексики в русском языке. По этой причине острой необходимости в развитии терминосистем и специальной лексики в эритажных языках нет, что приводит к их интенсивному употреблению в других сферах и типах среды. Подобная ситуация наблюдается во франкофонном мире [Солнцев 2015], в испаноязычном регионе [Писанова, Альварес Солер 2019] и многих других. Ситуация билингвизма может быть также и сконструирована, например, на постсоветском пространстве, прежде всего в странах Содружества. Известно, что в ряде государств–участников СНГ сегодня практикуется политика полиязычия, позволяющая одновременное использование нескольких языков. Так, в Казахстане в настоящее время наблюдается использование трех языков (казахского, русского, английского), что, однако, не исключает обращение к политике двуязычия путем ограничения сфер использования одного из языков. В ряде стран Содружества русский язык имеет статус иностранного языка, что позволяет его изучение как в школах, так и в вузах.

Вопросы языкового обеспечения в связи с глобальным поворотом к цифре приобретают особое значение. Под лингвистическим (языковым) обеспечением понимается «совокупность языковых средств, необходимых для адекватного функционирования языка в определенной сфере социального общения» [Словарь социолингвистических терминов 2006, с. 269]. При этом, прежде всего, речь идет о развитии терминологических систем, специальных языков, комплексных знаков, а также динамическом развитии стилистических и жанровых систем, призванных поддерживать письменную и устную коммуникацию в различных сферах институционального общения – в институте образования, СМИ, экономики, права и др. По этой причине происходит вытеснение эритажных языков из институциональной сферы, что, безусловно, порождает противоположную тенденцию – внедрение

эритажных языков в коммуникативно-дискурсивное пространство телекоммуникацонной сети Интернета.

В публичных источниках отмечается, что эритажный язык – это унаследованный или наследуемый язык (*англ*. heritage language). Термин служит обозначению языка, используемого в бытовом общении в кругу семьи. Эритажный язык используется наряду с доминирующим языком, но имеет ограничения по функциональному употреблению. Эритажные языки нередко встречаются в контексте билингвизма, по этой причине в лингвистике используется также термин эритажного билингвизма. С точки зрения изучения родного и иностранных языков научный интерес представляют механизмы усвоения второго родного языка и одновременно использование этих механизмов при разработке лингводидактических стратегий освоения первого и второго иностранных языков. Многие исследователи заняты поиском точек пересечения терминов «эритажный язык» и «креольский язык» [Polinsky, Kagan 2007]. Эритажный язык, используемый преимущественно в бытовой сфере, отличается жизнестойкостью, которая появляется благодаря его повсеместному употреблению всеми членами этносоциума. Одновременное использование двух языков – доминирующего в институциональной сфере и эритажного в бытовой коммуникации обусловливает устойчивость эритажного билингвизма. Проникновение эритажных языков во многом способствует внедрению их элементов в доминирующий язык, употребляемый в институциональной сфере. Эритажные языки в виртуальной среде способствуют сохранению национально-культурной, региональной, политической идентичности, что выгодно отличает их от носителей и пользователей lingua franca. Эритажные языки способствуют консолидации этносоциумов как внутри страны, так и за ее пределами, особенно в случаях географической разрозненности, присущей, например, франкоязычному или испаноязычному регионам.

Эритажные языки как средство сохранения культурно-исторического наследия

Для иллюстрации приведем издание «Сказочный мир Евразии» [Märchen aus Eurasien 2020], в котором эритажные языки представлены в качестве источника культурно-исторического наследия, одновременно «консервирующего» богатство малоизвестных языков народов России.

Сказки коренных народов России и представителей стран Содружества, опубликованные в издании, предназначены, на первый взгляд, для детской читательской аудитории, однако, в научном измерении в этих сказках широко представлены элементы эритажных языков, вводимых в сюжет на фоне русского языка. По этой причине в упомянутом выше издании содержится также глоссарий, охватывающий понятия, релевантные для малочисленных народов, но свидетельствующие об их культурно-исторической идентичности. Приведем некоторые примеры непосредственно из глоссария: «мунгурки – вьючные дорожные меховые сумки оленеводов-кочевников» [Märchen aus Eurasien 2020, с. 106]; «Тазша бала – традиционный фольклорный персонаж, острослов, бедняк, одерживающий верх над своими противниками, как правило, богачами» [Märchen aus Eurasien 2020, с. 107]. Не менее важную роль в эритажных языках имеют имена собственные. В ряде случаев они утратили свое сакральное значение, но для представителей определенного этносоциума они являются знаковыми, несущими в себе дополнительные смыслы: «Чэм-Чэмиликээн – имя характеризует добрую, радушную хозяйку» [Märchen aus Eurasien 2020, с. 108].

Приведем ниже наши наблюдения за эритажными языками в институциональной сфере.

Т. В. Писанова и А. А. Альварес Солер справедливо утверждают, что языковое разнообразие демонстрирует «динамическое взаимодействие нескольких сторон речевой деятельности: разных аспектов многоязычия, билингвизма и гибридизации языков» [Писанова, Альварес Солер 2019, с. 6], что демонстрирует пути социальной интеграции Испании и стран Латинской Америки в институциональной среде, путем взаимопроникновения различных пространств коммуникации. Этому способствует, прежде всего, бинарное построение коммуникации. В испанском языке используются две коммуникативные подсистемы: они служат «языковому обеспечению повседневного общения (национальные варианты испанского языка и диалекты) и языковому обеспечению высших коммуникативных функций, относящихся к ареалу регулируемого речевого поведения» [там же, с. 47]. Стремление к преодолению географической разрозненности способствует интенсивному использованию ресурсов языка для распространения классической и тривиальной литературы, предметов быта и национально окрашенного искусства, особенной гастрономии и т. п.

Сохранение эритажных языков во многом достигается благодаря их применению в современных аудиовизуальных продуктах. Ученые утверждают, что «аудиовизуальный текст состоит из вербальных, невербальных и паралингвистических элементов» [Писанова, Альварес Солер 2019, с. 165]. Жанровая типологизация аудиовизуальной продукции, позволяющей выделить «фильм, комикс, песню, карикатуру и т. д.» [там же, с. 167] позволяет выделить также функциональные сферы употребления эритажных языков для трансляции феноменов этнических и национально-специфических элементов культуры.

Следует отметить, что аудиовизуальный продукт будет «адекватно понят и передан только при адекватной интерпретации внеязыковых составляющих» [там же, с. 168]. Применительно к эритажному билингвизму данное утверждение имеет методологическое значение: вкрапление эритажной лексики способствует созданию речевого портрета главному и второстепенному героям, придает музыкальному сопровождению элемент самобытности, транслирует этнокультурное творчество.

Итак, в условиях цифровой трансформации человеческой деятельности особое внимание следует уделить ресурсам эритажных языков, служащих сохранению национально-культурной идентичности на фоне глобализационных процессов и использования *lingua franca*. Следует отметить, что в современных научных исследованиях билингвизм нередко рассматривается с учетом глобальных тенденций [Вишневская 2018].

Эритажные языки развиваются под влиянием двух противоположных тенденций – стремлением к стандартизации и унификации, обусловленного глобализмом, и стремлением к сохранению национально-культурного своеобразия. Наиболее наглядно данные тенденции иллюстрируют процессы гибридизации. Возникающая в результате гибридность способствует усилению влияния на целевую аудиторию с учетом ее социолингвистических параметров – пола, возраста, социального статуса и др. Смешение элементов эритажных языков с доминирующим языком позволяет устанавливать прочный контакт с адресатом, заинтересованным в сохранении в своем окружении представителей близкого ему этносоциума. Благодаря распределению лексических единиц эритажных языков между всеми участниками социокультурного взаимодействия в опосредованной коммуникации достигается полисубъектность дискурса, необходимая для объединения

географически разрозненных пространств. В свете вышесказанного эритажные языки создают общее пространство коммуникации, в котором представители этносоциумов узнают друг друга.

Дискурсивные риски для эритажных языков

Глобальный поворот к цифре требует переосмысления всех видов деятельности человека, а также пересмотра его коммуникативной, профессиональной и социальной активности, ценностных систем и ориентаций. Это может отразиться, прежде всего, на языковых ресурсах, используемых в институциональной среде, а затем оказать существенное влияние на бытовую сторону жизни людей. В результате дигитализация приведет к пересмотру роли и места языков в виртуальном пространстве. Многие из них, вероятно, потеряют свою жизненную силу в связи с отсутствием терминологических ресурсов и отсутствием единиц специальной лексики. Поворот к цифре может перевести эритажные языки из институциональной среды в исключительно бытовую сферу.

Не менее существенными представляются риски, связанные с размыванием национально-культурной идентичности. Наиболее наглядно это проявляется на уровне «портрета» того или иного политического деятеля. В одной из своих книг У. Бек употребляет словосочетание «социология глобализации» (*нем*. Soziologie der Globalisierung) [Beck 2007, с. 48], подчеркивая при этом, что все участники политической коммуникации находятся в поиске средств сохранения своей государственной идентичности. По этой причине в политическом дискурсе используются этнически окрашенные определения – немецкое, французское, американское и другие виды сообществ: «...so spricht man von der “französischen”, “amerikanischen“, “deutschen“ Gesellschaft» [там же, с. 48]. Нами также отмечается употребление политическими лидерами элементов эритажных языков, маркирующих их государственную или региональную принадлежность.

В. М. Алпатов справедливо утверждает, что «человек имеет две языковые потребности; их можно назвать потребностью в идентичности и потребностью во взаимопонимании» [Алпатов 2018, с. 6]. В той же статье отмечается, что идея «плавильного котла не способствует сохранению малых языков» [там же, с. 15]. Это означает, что политический дискурс крайне заинтересован в использовании эритажных языков, поскольку они служат идентификации «своих» и «чужих».

Безусловно, в ряде случаев эритажные языки будут использоваться в «производстве негативной идентичности, создание образов внешних “чужих”» [Рябов 2017, с. 137]. Эритажные языки найдут применение в демонстрации этноцентрических мотивов, проявляющихся в восхвалении и в доминировании родной культуры над другими национально-языковыми сообществами; в иллюстрации межконфессиональных разногласий, искусственно раздуваемых в средствах массовой информации для оправдания явлений физической и военной агрессии; в описании миграционных процессов, стимулирующих смену страны проживания и провоцирующих усиленный поиск своей национально-культурной идентичности, растворяемой в «плавильном котле» глобализации. В этом смысле эритажные языки становятся небезопасными в силу установок и намерений конкретных людей, использующих их в своих целях.

Возникает закономерный вопрос, как тогда можно сохранить эритажные языки, т. е. какие пути сохранения эритажных языков следует считать безопасными. Необходимо обратить особое внимание на СМИ, при помощи которых осуществляется конструирование институционального пространства, формируется общественное мнение и оценка события или явления окружающей действительности. Эритажные языки так же, как и другие языки, позволяют консолидировать различные этносоциумы. Мы отмечали выше, что эритажные языки подвержены гибридизации, которая осуществляется путем слияния, поглощения и диффузии. Это приводит в реальной ситуации к исчезновению менее конкурентоспособных языков и к распространению глобальных материальных и нематериальных сущностей. Безусловно, процессы и результаты гибридизации находят свою фиксацию в языке, прежде всего, на лексическом уровне. Подобные явления имеют в различных парадигмах научного знания свои терминологические названия, что не препятствует их толкованию в качестве результата глобализационных процессов – гибридных лексических единиц (ср. *нем*. hybride Einheiten, *рус*. слова-метисы, *англ*. hybrids). В состав гибридов входят элементы эритажных языков. Гибридность применительно к эритажным языкам позволяет в дальнейшем усилить коммуникативное взаимодействие в различных типах среды при установлении первичного контакта, при презентации объекта, предмета или темы беседы, при стимулировании партнеров по коммуникации

к практическим шагам, при формировании профессионального портрета институции или ее статусного лица и т. п.

Место и роль эритажных языков в условиях глобального поворота к цифре

Многие ученые в своих неопубликованных и опубликованных трудах отмечают, что развитие систем передачи и обработки данных привело к появлению нового виртуального коммуникативного пространства [Амелькин, Иванова 2011; Амелькин, Егорычев 2013; 2014]. Повышение качества коммуникативных процессов обеспечивается через повышение производительности и надежности передачи данных по телекоммуникационным каналам; через расширение возможных модальностей и жанров коммуникации.

Первое направление определяется техническим прогрессом: разработкой новых методов и протоколов передачи данных. Увеличивается пропускная способность каналов связи, снижается стоимость передачи данных. Все это позволяет снизить объем контента на единицу передаваемых данных. Например, увеличение четкости изображения при создании цифровой копии кинофильма с ориентированной на дисплей QVGA к формату изображения 8K UHD приводит к увеличению объема данных более, чем в 1000 раз при том же самом контенте. Четкость изображения, глубина цвета, качество записи звука, количество доступных шрифтов и знаков в алфавите – всё это формирует качественные характеристики информации как данных, всё это требует все большей пропускной способности каналов связи и мотивирует ее экспоненциальный рост.

Второе направление развития – это путь расширения коммуникативных возможностей виртуального пространства: от текста, через эмодзи и звук, к видеоизображению и далее, включая всё большее количество невербальных средств общения. Коммуникация в виртуальном пространстве, как и в реальном, становится мультимодальной, более того, появляются модальности передачи информации, отсутствующие в реальном пространстве, реализуемые за счет возможностей дополненной реальности, подобно тому, как эмодзи расширили невербальные, интонационные возможности передачи текста. С развитием инфраструктуры и вычислительной мощности компьютеров невербальные модальности требуют всё меньше затрат времени на их формирование и передачу.

Перечисленные направления развития – взаимосвязанные и взаимодополняющие. Расширение коммуникативных возможностей виртуального пространства приводит к созданию коммуникативных полигонов: игровых миров с произвольно меняющимися правилами и законами, практически неограниченными возможностями индивидуализации, которая осуществляется, прежде всего, за счет эритажных языков и средств визуализации. Таким образом, эффективность коммуникативных сред как в реальном, так и в виртуальном пространствах во многом обеспечивается через управление лингвистическими средствами, позволяющими моделировать пространства с учетом языковой ситуации и задач, связанных с обеспечением лингвистической безопасности.

Заключение

Мы не планировали заниматься языковым прогнозированием в рамках данной статьи, однако, из пяти областей социолингвистического прогнозирования (развитие языков в мире, судьба отдельных языков, развитие общественных функций языков, структурное развитие языков, развитие и взаимодействие языков) [Словарь социолингвистических терминов 2006, с. 271], по нашему мнению, наибольший научный интерес представляют вопросы взаимодействия эритажных языков с доминирующим языком в институциональной среде.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ / REFERENCES

Алпатов В. М. Языковой аспект глобализации // Язык в глобальном контексте: Современная языковая ситуация как следствие процесса глобализации: Сб. науч. трудов / Отв. ред.: Потапов В. В., Казак Е. А. М. : ИНИОН РАН, 2018. С. 6–25. [Alpatov, V. M. (2018). Yazykovoj aspekt globalizacii (Linguistic aspect of globalization). In Potapov, V. V., Kazak, E. A. (eds.), *Yazyk v global'nom kontekste: Sovremennaya yazykovaya situaciya kak sledstvie processa globalizacii* (pp. 6–25). Moscow : Institute of Scientific Information on Social Sciences or the RAS. (In Russ.)].

Амелькин С. А., Егорычев А. А. Влияние оценки качеств деятельности образовательного учреждения на учебный процесс // Вестник Ярославского регионального отделения РАЕН. 2014. № 1, т. 8. С. 4–10. [Amelkin, S. A., Egorychev, A. A. (2013). Vliyanie ocenki kachestv deyatel'nosti obrazovatel'nogo uchrezhdeniya na uchebnyj process (Influence of the evaluation of the quality of the activities of an educational institution on the educational process). *Vestnik Yaroslavskogo regional'nogo otdeleniya RAEN, 1*(8), 4–10. (In Russ.)].

Амелькин С. А., Егорычев А. А. Математические методы мониторинга качества образования // Известия Московского государственного технического университета МАМИ. 2013. Т. 2. № 3 (17). С. 22–25. [Amelkin, S. A., Egorychev, A. A. (2013). Matematicheskie metody monitoringa kachestva obrazovaniya. (Mathematical methods for monitoring the quality of education). *Izvestiya MGTU MAMI, 2*, № 3 (17), 22–25. (In Russ.)].

Амелькин С. А., Иванова О. С. Предельные возможности передачи информации в макросистемах // Моделирование и анализ информационных систем. 2011. Т. 18, № 3. С. 32–38. [Amelkin, S. A., Ivanova, O. S. (2011). Limiting possibilities of transmission of information in an economic macrosystem. *Modeling and Analysis of Information Systems*, 18(3), 32–38. (In Russ.)].

Бондалетов В. Д. Социальная лингвистика. М.: Ленанд, 2019. [Bondaletov, V. D. (2019). Social'naya lingvistika. (*Social linguistics*). Moscow: Lenand. (In Russ.)].

Вишневская Г. М. Языковая глобализация и билингвизм // Язык в глобальном контексте: Современная языковая ситуация как следствие процесса глобализации: Сб. науч. тр. ИНИОН РАН. М.: ИНИОН РАН, 2018. С. 41–60. [Vishnevskaya, G. M. (2018). Yazykovaya globalizaciya i bilingvizm. *Yazyk v global'nom kontekste: Sovremennaya yazykovaya situaciya kak sledstvie processa globalizacii* (pp. 41–60). Moscow: Institute of Scientific Information on Social Sciences of the RAS. (In Russ.)].

Денисова Г. В. Интертекст в современной социокультурной реальности России и Италии: монография. М.: Канон+ РООИ «Реабилитация», 2020. [Denisova, G. V. (2020). Intertekst v sovremennoj sociokul'turnoj real'nosti Rossii i Italii. (*Intertext in the modern sociocultural reality of Russia and Italy*). Moscow: Kanon+ ROOI «Reabilitaciya». (In Russ.)].

Карасик В. И. Ценностные параметры лингвоэкологического общения // Эмотивная лингвоэкология в современном коммуникативном пространстве. Волгоград: Перемена, 2013. С. 191–201. [Karasik, V. I. (2013). Cennostnye parametry lingvoekologicheskogo obshcheniya (Value parameters of linguo-ecological communication). In *Emotivnaya lingvoekologiya v sovremennom kommunikativnom prostranstve* (pp. 191–201). Volgograd: Peremena. (In Russ.)].

Наумова А. П. Социокоммуникативные характеристики профессионального дискурса переводчиков (на материале английского, русского и французского языков): автореф. дис. … канд. филол. наук. Волгоград: ВолГУ, 2020. [Naumova, A. P. (2020). Sociokommunikativnye kharakteristiki professional'nogo diskursa perevodchikov (na materiale anglijskogo, russkogo i francuzskogo yazykov). (*Socio-communicative characteristics of the professional discourse of translators* (*based on the material of English,*

Russian and French)): abstract of PhD in Philology. Volgograd: Volgograd State University. (In Russ.)].

Писанова Т. В., Альварес Солер А. А. Пространства коммуникации Испании и Латинской Америки: Многоязычие, литература, традиции перевода. М.: МГЛУ, 2019. [Pisanova, T. V., Al'vares Soler, A. A. (2019). Prostranstva kommunikacii Ispanii i Latinskoj Ameriki: Mnogoyazychie, literatura, tradicii perevoda. (*Spanish and Latin American Spaces of Communication: Multilingualism, Literature, Translation Traditions*). Moscow : Moscow State Linguistic University. (In Russ.)].

Пол К. Цифровое искусство. М.: Ад Маргинем Пресс, 2020. [Pol, K. (2020). Cifrovoe iskusstvo. (*Digital arts*). Moscow: Ad Marginem Press. (In Russ.)].

Рябов О. В. Политика идентичности и символические границы // Символическая политика: сб. науч. тр. / ред. кол.: Малинова О. Ю. и др. М., 2017. С. 133–134. [Ryabov, O. V. (2017). Politika identichnosti i simvolicheskie granicy (Identity politics and symbolic boundaries). In Malinova O. Yu. et al. (eds.), *Simvolicheskaya politika* (pp. 133–134). Moscow. (In Russ.)].

Словарь социолингвистических терминов. М.: ИЯ РАН, 2006. [Slovar' sociolingvisticheskikh terminov. (*Dictionary of Sociolinguistic Terms*). (2006). Moscow: Institute of Linguistics of the RAS. (In Russ.)].

Солнцев Е. М. Французский язык в современном мире: науч.-аналит. обзор // Языковая ситуация в Европе начала XXI века: сб. обзоров ИНИОН РАН. М.: ИНИОН РАН, 2015. С. 136–145. [Solncev, E. M. (2015). Francuzskij yazyk v sovremennom mire (French in the modern world). In *Yazykovaya situaciya v Evrope nachala XXI veka* (pp. 136–145). Moscow: Institute of Scientific Information on Social Sciences of the RAS. (In Russ.)].

Трошина Н. Н. Экология языка: аналитический обзор. М.: ИНИОН РАН, 2020. [Troshina, N. N. (2020). Ekologiya yazyka. (*Ecology of language*). Moscow: Institute of Scientific Information on Social Sciences of the RAS. (In Russ.)].

Beck U. Was ist Globalisierung? Frankfurt-am-Main: Suhrkamp, 2007.

Märchen aus Eurasien = Сказочный мир Евразии / Hanne Wiesner, Maria Tomskaya, Birgit Menzel, Innara Guseynova (Hg.) ; под. ред. М. Томской, Х. Виснер, И. Гусейновой, Б. Менцель. Ludwigshafen am Rhein: Llux Agentur &Verlag, Ludwigshafen, 2020 ; Людвигсхафен-на-Рейне: Агентство и издательство Llux, Людвигсхафен, 2020.

Polinsky M, Kagan O. Heritage languages: In the ‘wild’ and in the classroom // Language and Linguistics Compass. Oxford: Blackwell Publishing Inc., 2007. Vol. 1 (5). P. 368–395.

Rosenberg M. B. Gewaltfreie Kommunikation: Eine Sprache des Lebens. Paderborn: Junfermann Verl., 2016.

УДК 81-119

М. Б. Раренко

кандидат филологических наук,
старший научный сотрудник отдела языкознания
Института научной информации по общественным наукам (ИНИОН)
Российской академии наук; e-mail: rarenco@rambler.ru

ЛИНГВОКУЛЬТУРНЫЕ ПАРАМЕТРЫ ВЕРБАЛИЗАЦИИ СОЦИАЛЬНОЙ ГАРМОНИИ

В статье рассматриваются лингвокультурные параметры вербализации социальной гармонии на примере социальной рекламы как одного из сильнейших ресурсов дискурса социальной гармонии, понимаемого как речевой практики, в основе которой лежат такие базовые концепты, как уважение, любовь, забота, терпимость, внимание, безопасность, надежность, добро, сочувствие, сострадание, дружба, понимание, эмпатия, ответственность, справедливость, равенство, благо, верность и пр., направленной на снижение социальной напряженности в обществе, стабилизацию отношений между представителями разных социальных групп, гуманизацию общества в целом.

Ключевые слова: дискурс социальной гармонии; социальная реклама; рекламный текст; ценностный посыл; гуманизация общества; снижение социальной напряженности.

M. B. Rarenko

PhD (Philology), Senior Research Fellow
at the Centre for Linguistics, Institute of Scientific Information on Social Sciences
of the Russian Academy of Sciences; e-mail: rarenco@rambler.ru

LINGUISTIC AND CULTURAL PARAMETERS OF SOCIAL HARMONY VERBALIZATION

The article considers language and cultural means of social harmony verbalization on the example of advertising as one of the strongest resources of the discourse of social harmony, which is understood as a speech practice based on such basic concepts as respect, love, care, tolerance, attention, security, reliability, kindness, empathy, compassion, friendship, understanding, empathy, responsibility, justice, equality, welfare, loyalty, etc., aimed at red ns between the representatives of different social groups, and humanizing the society as a whole.

Key words: discourse ucing social tension in the society; stabilizing the relation of social harmony; social advertising; advertising text; value message; humanization of society; reduction of social tension.

Введение

Согласно Основному Закону Российской Федерации, Конституции РФ, Россия – социальное государство (7 статья). Таким образом, одна из основных задач государства заключается в том, чтобы обеспечить гражданам страны комфортное проживание, в том числе поддерживать в государстве социальную гармонию. Под социальной гармонией в статье понимаются позитивные отношения между членами общества, в том числе принадлежащими к разным социальным слоям, возрастным группам, имеющими разное здоровье и пр., которые позволяют всем представителям общества в целом и отдельным его гражданам гармонично развиваться, при этом их права не должны нарушаться, в том числе и вербально.

На пути к социальной гармонии к настоящему времени в стране сделано довольно много (и в первую очередь, это касается соблюдения прав социально незащищенных членов общества – детей, стариков, женщин, людей с ограниченными возможностями здоровья): выплачиваются пенсии по старости, по утрате трудоспособности, пособия по уходу за детьми, больными и пр., молодые мамы получают пособия при рождении ребенка, учащиеся могут получить льготные кредиты на обучение и пр. Более того, в последнее время общество начинает осознавать необходимость мирного сосуществования граждан с разными потребностями.

Дискурс как культурный и социальный феномен

Введенное в научный обиход в составе словосочетания «анализ дискурса» в 1952 году американским ученым З. Харрисом и получившее широкое употребление во второй половине XX века понятие «дискурс» в настоящее время по-прежнему вызывает большой научный интерес со стороны исследователей гуманитарных наук в связи с необходимостью описать коммуникативные процессы, происходящие в обществе, в том числе новые виды коммуникации. Обобщая существующие на настоящий момент подходы к пониманию дискурса, а также учитывая его отличие от языка и речи, можно сказать, что «дискурс предполагает систему, он обладает свойством целостности, имеет внутреннюю организацию и форму, к нему применимы понятия вида, жанра и стиля. Свойство системности хотя и сближает дискурс

с языком, всё же язык является универсальной абстрактной микросистемой, а дискурс представляет собой конкретную мини-систему и рассматривается как речь, наделенная социокультурным измерением, или как язык, преобразованный говорящим субъектом и включенный в конкретный социокультурный контекст, или речь, погруженную в жизнь» [Горбунов 2013, с. 3]. В отечественной гуманитарной науке дискурсивные исследования, благодаря усилиям московской школы дискурса (в первую очередь, В. И. Тюпы, а также его последователей, среди которых его коллеги по журналу «Дискурс»), которая следует пониманию дискурса, предложенному Т. А. ван Дейком: дискурс – это «коммуникативное событие», и которая различает три его (дискурса) аспекта: во-первых, креативный (когда субъектом коммуникативной инициативы выступает автор), во-вторых, референтный (когда анализируется предметно-смысловая, или тематическая, сторона высказывания), а также рецептивный (когда объектом исследования выступает адресат) [Тюпа 2001, с. 24], и благодаря усилиям волгоградской школы изучения дискурса, представители которой придерживаются точки зрения Н. Д. Арутюновой, рассматривающей дискурс как речь, «погруженную в жизнь» [Арутюнова 1990, с. 136–137], описывая дискурс, стремятся совместить социолингвистические аспекты анализа с принятыми в лингвистике текста. Так, предложенная представителями волгоградской школы дискурса типология связана, прежде всего, с принципами передачи знания, а также оперированием знаниями специального рода (ими выделяются разные типы дискурса: религиозный, деловой, педагогический и др.), этот факт позволяет рассматривать дискурсивный анализ, разрабатываемый волгоградской школой, как явление «лингвосоциальное» [Шейгал 2000, с. 9].

В настоящее время существует большое количество определений дискурса, что является вполне оправданным, поскольку феномен имеет множество измерений. При всем многообразии определений дискурса и существующих подходов к его описанию / изучению заслуживает внимание, на наш взгляд, замечание В. З. Демьянкова, придерживающего точки зрения, что «Discourse – дискурс, произвольный фрагмент текста, состоящий более чем из одного предложения или независимой части предложения. Часто, но не всегда, концентрируется вокруг некоторого опорного концепта; создает общий контекст, описывающий действующие лица, объекты, обстоятельства, времена,

поступки и т. п., определяясь не столько последовательностью предложений, сколько тем общим для создающего дискурс и его интерпретатора миром, который “строится” по ходу развертывания дискурса. Исходная структура для дискурса имеет вид последовательности элементарных пропозиций, связанных между собой логическими отношениями конъюнкции, дизъюнкции и т. п. Элементы дискурса: излагаемые события, их участники, перформативная информация и “несобытия”, т. е. а) обстоятельства, сопровождающие события; б) фон, поясняющий события; в) оценка участников событий; г) информация, соотносящая дискурс с событиями» [Демьянков 1982, с .7]. Следуя такому понимания дискурсивных практик, можно рассматривать дискурс с позиции лингвистики, социолингвистики, прагмалингвистики, лингвофилософии, а самые важные его (дискурса) характеристики будут определены как: во-первых целостность (т. е. структурированность дискурса и его обособленность); во-вторых, законченность дискурса, или его завершенность; в-третьих, композиционная оформленность; в-четвертых, принадлежность дискурса к определенному жанру, а также регистру; в-пятых, экстралингвистический аспект (иначе говоря, направленность дискурса на реализацию конкретной коммуникативной цели, а также соотнесенность с другими участниками коммуникативной ситуации и с контекстом коммуникационной среды в целом).

Таким образом, всякий дискурс, а дискурс социальной гармонии, может быть, еще и в большей степени, в силу своей повышенной социальной специфики, оказывается культурно и социально опосредованным, поскольку возникает в конкретном культурно-национальном сообществе в конкретный период времени и погружен в определенный культурный контекст, подчиняется принятым в нем речевым стратегиям.

Дискурс социальной гармонии

В последние два десятилетия отмечается повышенный интерес в обществе к проблемам социальной гармонии, что находит отражение и в научных исследованиях представителей самых разных гуманитарных направлений – философии, социологии, психологии и лингвистики. В связи с чем в языковой практике формируется особый вид дискурса, который мы предлагаем обозначить как «дискурс социальной

гармонии». Под дискурсом социальной гармонии мы склонны понимать такие принятые в обществе речевые практики, благодаря которым разные социальные группы, т.е. некоторые устойчивые совокупности людей, имеющие отличные и только присущие данной совокупности людей признаки, как их социальное положение, разделяемые интересы, убеждения, ценностные ориентации и пр., могут мирно сосуществовать, при этом интересы каждой группы будут сохраняться.

В основе дискурса социальной гармонии лежат следующие базовые концепты: уважение, любовь, забота, терпимость, внимание, безопасность, надежность, добро, сочувствие, сострадание, дружба, понимание, эмпатия, ответственность, справедливость, равенство, благо, верность и др.

Дискурс социальной гармонии, на наш взгляд, имеет несколько измерений, среди которых социальная реклама и социальный перевод занимают особое место. В данной статье мы рассмотрим социальную рекламу как одну из наиболее важных речевых практик дискурса социальной гармонии.

Феномен социальной рекламы

Одной из речевых практик, активно развивающихся в настоящее время в рамках дискурса социальной гармонии, следует признать социальную рекламу, под которой, в отличие от коммерческой, которая нацелена исключительно на экономическую выгоду в самом широком понимании, подразумевают разновидность рекламы (рекламной деятельности), задача и цель которой заключается, во-первых, в том, чтобы служить каналом оповещения всех слоев общества, во-вторых, привлекать внимание всего населения к актуальным в данный момент для общества проблемам, затрагивающим человека (личность, гражданина), а также его интересы и, в-третьих, способствовать формированию в данном обществе определенной системы морально-нравственных и социально важных норм и, соответственно, моделей поведения.

Неудивительно, что изучением феномена социальной рекламы сегодня занимаются политологи, поскольку социальная реклама рассматривается как инструмент для формирования государственных принципов организации федеральных, а также муниципальных проектов, будучи частью социальной политики государства; социологи,

поскольку социальная реклама может рассматриваться, например, как надежный ресурс социального управления; психологи, поскольку социальная реклама – средство воздействия на поведение населения, в основе которого лежат такие принципы психологического воздействия, как убеждение, воздействие, манипулирование и др.; лингвисты, поскольку ценностный посыл социальной рекламы создается и транслируется, прежде всего, языковыми средствами, и т. д.

Источником возникновения социальной рекламы справедливо считают «общественную жизнь, которая изобилует конфликтными ситуациями и противостоянием на уровне социальных групп и поэтому остро нуждается в созидательных стимулах и процессах» [Арнольд 1990, с. 202]. Нельзя утверждать, что в XX веке социальное противостояние достигло критической отметки, вследствие чего и возник феномен социальной рекламы, как нельзя отрицать, что появление социальной рекламы было подготовлено всем предыдущим периодом. Возникновение нового типа рекламы было, вне всякого сомнения, обусловлено рядом причин. В первую очередь, это связано с изменением социально-политической обстановки в мире. Во вторую, с изменением коммуникативных практик в обществе, о чем пишут многие исследователи: «Прошедший XX век можно с полным правом охарактеризовать как век глобальных социокультурных трансформаций, изменивших лицо современной культуры и сами основы бытия современного человека», а «возникновение новой информационной среды и новых методов передачи, обработки, хранения и информации повлекло за собой ряд принципиальных изменений в способах трансляции и усвоения социального опыта, управления и контроля над обществом» [Арцибашев 2003, с. 3].

Исследователи социальной рекламы считают датой ее рождения 1906 год[1], а местом рождения – Соединенные Штаты Америки, отмечая в то же время, что в России о возникновении социальной рекламы можно говорить только с 1994 года (подробно см.: [Николайшвили URL]). Это, на наш взгляд, кажется неправильным, поскольку, как следует из анализа как отечественной, так и зарубежной специальной литературы, для социальной рекламы в целом характерными чертами являются, во-первых, стереотипность представления (изображения) информации,

[1] Именно в этом году состоялись масштабные общественные акции по защите территории Ниагарского водопада от нашествия энергетических компаний.

во-вторых, стремление к формированию определенных социально значимых идеалов, норм и, как следствие, моделей поведения, а в-третьих, исключительно массовый характер. Соответственно, источником социальной рекламы в том виде, в каком она сегодня представлена в России, можно рассматривать советский Агитпром, представлявший политическую и идеологическую рекламу в своей основе.

Сегодня рекламная деятельность, в том числе, если речь идет о социальной рекламе, в России регламентируется федеральным законом «О рекламе» от 13 марта 2006 г. № 38–ФЗ (с изменениями, внесенными в ФЗ от 31 декабря 2017 г. № 489–ФЗ). Традиционными заказчиками социальной рекламы в обществе выступают государство, общественные организации и представители социально ответственного бизнеса, при этом чаще всё же государство, заинтересованное в социальной интеграции общества. Потребителем социальной рекламы выступают целевые социальные группы – дети, родители, опекуны (в том числе потенциальные), работодатели, работники, люди разных профессий, общество в целом. Соответственно, основными темами социальной рекламы выступают:

1) общегосударственные события (праздники, соревнования, выборы в органы государственной и муниципальной власти и пр.);
2) повышение престижа отдельных профессий, востребованных в обществе (например, в недавнем прошлом – рабочие специальности) или государственных институтов (армия, полиция, Росгвардия и пр.);
3) дети и все связанные с ними проблемы (рождение, здоровье, воспитание, образование, защита и пр.);
4) безопасность жизни и связанные с ней проблемы (в первую очередь дорожно-транспортные происшествия и поведение участников дорожного движения, а также здоровый образ жизни).

Примером современной российской социальной рекламы может служить плакат, приведенный ниже (см. рис. 1).

Его тематику можно определить, во-первых, как безопасность на дорогах; во-вторых, как поведение участников дорожного движения; в-третьих, как заботу о детях. Эти проблемы сегодня актуальны, как никогда, для жителей мегаполисов России, а также небольших городов. Увеличение числа личного автотранспорта, часто безответственное поведение участников дорожного движения в последние годы

Рис. 1

способствуют увеличению числа серьезных ДТП, в которых гибнут и становятся инвалидами люди, в том числе дети. Использование специальных детских автокресел (по своим функциональным качествам являющихся аналогом ремней безопасности), как показывает статистика, значительно уменьшает количество летальных случаев и серьезных травм при ДТП. Посыл, лежащий в основе данной социальный рекламы, обращен к водителям, которых призывают использовать детские автокресла при перевозке в машине детей.

Рекламный плакат разделен на две части: в левой части изображено инвалидное кресло, в правой – детское автокресло. Обращение к водителю «Выбирай, куда посадить ребенка» является своего рода манипуляционным действием, в основе которого всё же лежит право выбора. Надпись внизу плаката на красном фоне «Всё равно?!» (плакат выполнен в монохромном тоне, за исключением вкладыша автокресла) призвана предупредить водителей о возможной трагедии в случае нарушения правил перевозки детей (в мировой практике красный фон в «Правилах дорожного движения» сигнализирует запретное действие (ср., например, красный свет светофора или «кирпич» на красном фоне, означающий запрет проезда)).

Сочетание вербальных и невербальных средств социальной рекламы создает определенный эффект, напоминает водителям о социальной

ответственности, стимулирует нужную модель поведения, вызывая в сознании реципиента определенные культурные концепты: ответственность, безопасность, забота, дети, любовь и др.

Таким образом, цель текста социальной рекламы заключается в том, чтобы мотивировать как отдельных членов общества, так и общество в целом на совершение нужного действия. Воздействуя на сознание человека, социальная реклама формирует у реципиента установки, что наблюдаемая в обществе ситуация (в данном случае неиспользование детского автокресла) противоречит правилам общежития в цивилизованном обществе (в данной рекламе правилам поведения социально ответственного водителя (родителя, гражданина и пр.), поскольку нарушает ПДД, ставит под угрозу жизнь ребенка), и, соответственно, нуждается в изменении. Социальная реклама при формирования требуемой установки пользуется мощным средством – оцениванием действительности, и очень часто, как в приведенном примере, использует простую бинарную оппозицию: слева на плакате изображено инвалидное кресло (и это плохо), а справа – детское автокресло (а это хорошо). Переход от плохого к хорошему – указание (оно же руководство к действию), как можно изменить ситуацию. Таким образом, в самом тексте социальной рекламы заложен алгоритм действий реципиента, однако решение о том, как поступить, принимает реципиент, но сам рекламный текст – эксплицитно, но чаще имплицитно – изначально содержит положительную оценку действий реципиента и подталкивает его к принятию «правильного» решения. Поскольку для любого человека принципиально важным является признание его членом коллектива, осознание того, что его поведение, поступки, действия поддерживаются обществом, оценка (положительная) будущей модели поведения становится сильнейшим рычагом воздействия на реципиента, а сама социальная реклама становится одной из главных практик дискурса социальной гармонии, способствуя снижению в обществе социальных противоречий.

Заключение

В заключение следует подчеркнуть роль социальной рекламы в формировании дискурса социальной гармонии в российском обществе на современном этапе, поскольку именно благодаря ей становится возможным решение ряда вопросов, связанных с проблемой

социальной несправедливости, приводящей к обострению социальных противоречий. Социальная реклама, благодаря имеющимся у нее рычагам воздействия, обращает внимание общества на различные аспекты социальной несправедливости (нищета, бедность, безработица, бездомность, безразличие, сиротство, жестокость, неравноправие, угроза жизни и безопасности и др.), способствуя тем самым снижению социальной напряженности и гуманизации современного общества и подчеркивая, что абсолютной ценностью в нем обладает именно человек.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ / REFERENCES

Арнольд И. В. Стилистика современного английского языка. М. : Просвещение, 1990. [Arnol'd, I.V. (1990). *Modern English language stylistics*. Moscow : Prosveshhenie. (In Russ.)].

Арутюнова Н. Д. Дискурс // Лингвистический энциклопедический словарь. М. : Советская энциклопедия, 1990. С. 136–137. [Arutjunova, N. D. (1990). Diskurs (Discourse). *Linguistic encyclopedia dictionary* (pp. 136–137). Moscow : Sovetskaja enciklopedija. (In Russ.)].

Арцибашев В. Н. Реклама как вид социальной коммуникации: автореф. дис. ... канд. филос. наук. Ростов-на-Дону, 2003. [Arcibashev, V. N. (2003). Reklama kak vid social'noj kommunikacii. (Advertisement as a kind of social communication): abstract of PhD in Philology. Rostov-na-Donu. (In Russ.)].

Горбунов А. Г. Дискурс как новая лингвофилософская парадигма. Ижевск: Удмуртский университет, 2013. [Gorbunov, A. G. (2013). Diskurs kak novaja lingvofilosofskaja paradigma. (*Discourse as a new linguistic and philosophical paradigm*). Izhevsk : Udmurt University. (In Russ.)].

Демьянков В. З. Англо-русские термины по прикладной лингвистике и автоматической переработке текста. Вып.2. Методы анализа текста. М. : Всесоюзный центр переводов ГКНТ и АН СССР, 1982. [Dem'jankov, V. Z. (1982). Anglo-russkie terminy po prikladnoj lingvistike i avtomaticheskoj pererabotke teksta. (*English-Russian terms in applied linguistics and automatical text analysis*). Vyp. 2. Metody analiza teksta. Moscow : Vsesojuznyj centr perevodov GKNT i AN SSSR. (In Russ.)].

Николайшвили Г. Краткая история социальной рекламы // URL: http://www.socreklama.ru/analytics/list.php?ELEMENT_ID=390&SECTION_ID=122 (дата обращения: 15.08.2020). [Nikolajshvili, G. Kratkaja istorija social'noj reklamy. (*A Brief history of social advertising*). (In Russ.)].

Тюпа В. И. Аналитика художественного. Введение в литературоведческий анализ. М.: Лабиринт; РГГУ, 2001. [Tjupa, V. I. (2001). Analitika hudozhestvennogo. Vvedenie v literaturovedcheskij analiz. (*Fiction analysis.*

Introduction to literature analysis). Moscow: Labirint; Russian State University for the Humanities. (In Russ.)].

Федеральный закон «О рекламе» от 13 марта 2006 г. № 38–ФЗ (с изменениями, внесенными в ФЗ от 31 декабря 2017 г. № 489–ФЗ). URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/ (дата обращения: 15.08.2020). [Federal'ny zakon «*O reklame*» (Federal Law "On advertising") of March 13, 2006. № 38–FZ (as amended by the Federal Law of December 31, 2017. № 489–FZ). (In Russ.)].

Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса. Волгоград : Перемена, 2000. [Shejgal, E.I. (2000). *Semiotics of political discourse*. Volgograd: Peremena. (In Russ.)].

УДК 81.82

Н. Н. Трошина

кандидат филологических наук,
ведущий научный сотрудник отдела языкознания
Института научной информации по общественным наукам (ИНИОН)
Российской академии наук; e-mail: troshinat@mail.ru

ТЕОРИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ ВАРИАТИВНОСТИ НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКА В НАУЧНОМ НАСЛЕДИИ Э. Г. РИЗЕЛЬ И СОВРЕМЕННЫЙ НАУЧНЫЙ ДИСКУРС

Национальная вариативность немецкого языка рассматривается с позиций двух основных теорий: теории национальных вариантов, разработанной в середине XX века Э. Г. Ризель, и функционально-ориентированной теории, разработанной современными австрийскими и немецкими лингвистами. В рамках теории Э. Г. Ризель акцент делается на роли историко-культурного развития государства; конкурирующая теория подчеркивает исторически обусловленную региональную вариативность немецкого языка и влияние факторов современной языковой ситуации.

Ключевые слова: теория полицентричности; функционально-ориентированная теория; национальный центр; региональная вариативность.

N. N. Troshina

PhD (Philology),
Leading Researcher of Linguistic Department,
Institute of Scientific Information for Social Sciences,
Russian Academy of Sciences;
e-mail: troshinat@mail.ru

THE THEORY OF NATIONAL VARIETIES OF THE GERMAN LANGUAGE IN THE SCIENTIFIC HERITAGE OF E. G. RIESEL AND MODERN SCIENTIFIC DISCOURSE

The national variability of the German language is considered from the positions of two main theories: the theory of national varieties that was developed in the middle of the twentieth century by E. G. Riesel, and the functional-dimensioned theory developed by modern Austrian and German linguists. In the framework of the theory of E. G. Riesel, the emphasis is on the role of historical and cultural development of the state. The competing theory emphasizes the historically determined regional variability of the German language and the influence of factors of the modern language situation.

Key words: plurycentricity theory; functional-dimensioned theory; national center; regional variability.

Введение

Теория национальной вариативности немецкого языка, разработанная Э. Г. Ризель в 60-х годах XX века (наряду с теорией функционального стиля и теорией лингвостилистической интерпретации текста), удовлетворяет следующим критериям, позволяющим отнести эту теорию к в золотому фонду отечественной германистики: 1) эта теория очертила круг проблем, особенно актуальных для германистики середины XX века; 2) ее эвристический потенциал определил вектор дальнейших исследований и активно востребован в современном научном дискурсе; 3) ее теоретические положения были успешно реализованы в вузовской практике обучения студентов и аспирантов [Troshina 2013, с. 416]. Сочетание этих трех критериев обусловило чрезвычайно высокий рейтинг Э. Г. Ризель в европейской германистике.

Э. Г. Ризель – основоположник теории национальной вариативности немецкого языка

По признанию У. Аммона, ведущего современного немецкого социолингвиста, Э. Г. Ризель была первопроходцем в области исследования национальных вариантов немецкого языка [Ammon 2008, с. 468] и, следовательно, заложила основу теории, которая в зарубежной германистике получила название теории полицентричности немецкого языка. Об этом свидетельствует то, что уже в 1962 году Э. Г. Ризель в статье «Национальные варианты немецкого языка» [Ризель 1962] обосновала социолингвистическое понятие национального варианта современного литературного немецкого языка в Германии, Австрии и Швейцарии как результата различного территориального, политико-экономического и культурного развития отдельных государств, население которых является носителем немецкого языка. Опубликованная на русском языке эта статья не стала известной нашим немецким коллегам, вследствие чего в немецкоязычной специальной литературе получила распространение точка зрения, согласно которой М. Кляйн разработал теорию национальной полицентричности немецкого языка, опубликовав в 1992 году (на 30 лет позже Э. Г. Ризель!) статью «Немецкий как полицентрический язык» (отметим, что в немецкоязычной специальной литературе принят термин

«плюрицентрический язык») [Clyne 1992] (ср. [Herrgen 2015, с. 162]. Уточним также, что свою точку зрения Э. Г. Ризель повторила в 1963 году, выступая на присуждении ей премии им. Ф. К. Вайскопфа: «Мы должны иметь в виду, что немецкий язык существует в трех национальных вариантах: не только как язык первого немецкого государства рабочих и крестьян и Западной Германии, но и как немецкий литературный язык в австрийском и швейцарском вариантах» [цит. по: Комментарий 2006, с. 265]. При этом Э. Г. Ризель категорически отрицала существование в середине XX века двух вариантов немецкого языка в ГДР и ФРГ, хотя в немецкой лингвистике этот вопрос трактовался различно в зависимости от ситуации в отношениях между двумя немецкими государствами. В 50–60-е годы лингвисты ГДР, в отличие от западногерманских лингвистов, считали лексические и стилистические различия в использовании языка преходящими явлениями и сомнений в языковом единстве нации не высказывали. В 70-е годы в связи с укреплением экономического положения ГДР руководство страны акцентировало внимание на собственном векторе развития и трактовало население ГДР как самостоятельную социалистическую нацию, имеющую свой язык. В конце 80-х годов, когда экономическая ситуация ГДР осложнилась и была проявлена бóльшая готовность к диалогу с Западной Германией, снова стал актуальным вопрос о языковом единстве немецкой нации. Такое развитие научного дискурса получило название «двойной перелом».

Теория национальной вариативности немецкого языка в эпоху глобализации

Проблема национально-языковой вариативности приобрела для носителей немецкого языка особую актуальность в контексте глобализации, языковым проводником которой является английский язык, что привело к ущемлению роли других европейских коммуникативно мощных языков (немецкого, французского, испанского, итальянского, русского) в важнейших сферах общения, прежде всего, в международной политике, экономике, науке и в СМИ. Эти изменения сказываются и на отношении носителей немецкого языка к феномену национально-языковой вариативности.

Национальная вариативность языка – это феномен, изменяющийся во времени и отражающий важнейшие особенности исторических

этапов в жизни нации и вербальную динамику лингвокультурного сообщества. Последняя подвержена воздействию СМИ, новых каналов индивидуальной коммуникации и инноваций во взаимодействии поколений, т. е. в передаче культурных образцов. Современный этап характеризуется культурологами как префигуративный, когда создателем нового знания, ценностей и опыта является молодежь, а не предыдущее поколение (в отличие от предшествовавших пост- и кофигуративного этапов межпоколенного взаимодействия) [Мид 1988], из чего следует важность отношения молодежи к вопросу о национально-языковой вариативности. Названные изменения в коммуникативной ситуации сказываются на статусе национальных вариантов немецкого языка и вызывают споры в научном дискурсе между сторонниками устоявшейся теории полицентричности немецкого языка и теми, кто делает акцент на новых условиях его существования.

Социолингвистические теории, к которым относится и теория полицентричности, формируются в определенном общественно-политическом контексте. Данная теория сформировалась в середине XX века, после Второй мировой войны, когда европейские страны, прежде всего, Австрия стремились дистанцироваться от Германии из-за ее национал-социалистского прошлого. Обоснование национальной идентичности было тогда актуально, и оно основывалось на языковых фактах, а не только на стремлении укрепить в сознании населения концепт *homo austriacus*. Й. Херрген подчеркивает дескриптивную адекватность полицентрической теории для того этапа в истории немецкоязычных стран [Herrgen 2015, с. 157].

Сегодня теория национальной полицентричности получила дальнейшее развитие и наиболее полно представлена в «Словаре национальных вариантов немецкого языка: Литературный язык в Австрии, Швейцарии, Германии, Лихтенштейне, Люксембурге, Восточной Бельгии и Южном Тироле, а также в Румынии, Намибии и поселениях меннонитов» [Variantenörterbuch 2016]. Согласно этой концепции различаются три типа языковых центров немецкого языка: 1) языковые центры (Vollzentren) – Германия, Австрия и Швейцария; 2) языковые полуцентры (Halbzentren) – Лихтенштейн, Люксембург, Восточная Бельгия, Южный Тироль; 3) языковые четверть-центры (Viertelzentren) – Румыния, Намибия, поселения меннонитов в Мексике. Во всех центрах и полуцентрах немецкий является национальным официальным языком

государства (в Германии, Австрии; в Швейцарии наряду с французским, итальянским и ретороманским) или для определенного региона государства (в Восточной Бельгии и Южном Тироле). В центрах, в отличие от полуцентров, национальные варианты немецкого языка кодифицированы. В четверть-центрах немецкий язык используется только немецким языковым меньшинством, не является официальным языком и не кодифицирован. О четверть-центрах немецкого языка можно говорить только в тех случаях, если в используемом варианте зарегистрированы специфические для языкового меньшинства языковые единицы, если они используются в принятых типах текстов (прежде всего, в газетах) и если они одобряются местными авторитетами в области языка (преподавателями немецкого языка, журналистами и писателями). В «Словаре» зафиксированы 160 слов, используемых в четверть-центрах: 79 румынизмов, 37 намибизмов и 46 слов, принятых в мексиканских поселениях меннонитов.

Критика теории национальной вариативности немецкого языка

Эта теория подвергается сегодня критике как, якобы, не учитывающая исторически присущую немецкому языку ярко выраженную региональную вариативность, а также игнорирующая специфику современных условий существования немецкого языка. Региональная вариативность является важнейшим компонентом того феномена, который Ч. Фёльдеш называет архитектурой немецкого языка [Földes 2005], т. е. того гетерогенного множества взаимосвязанных вариантов языка, которое является «культурной реальностью, определяющей субстанцию немецкого языка» [Glauninger 2013, с. 126; Herrgen 2015, с. 141]. Эта вариативная гетерогенность характеризуется известной регулярностью и упорядоченностью при всей ее изменчивости под влиянием социальных, экономических и других факторов. Поскольку полицентричность немецкоязычного пространства сформировалась задолго до возникновения немецкой и австрийской наций и, соответственно, государств Германия и Австрия, предлагается отказаться от термина «языковая / национальная полицентричность» как основанного на национальных импликациях в пользу терминов «региональная полицентричность / региональная вариативность» или «полиареальность» [Herrgen 2015, с. 142]. Подчеркивается, что моноцентризм никогда не был свойственен немецкому языку.

М. М. Глаунингер вводит понятие вторично-полицентричных языков (sekundär plurizentrische Sprachen) [Glauninger 2013, с. 127] для таких современных языков, как английский и французский, которые прошли стадию моноцентрического развития, затем были «экспортированы за океан», в результате чего стали вторично-полицентричными языками, чего не было в истории немецкого языка.

Однако с утверждением, что изначально присущая немецкому языку диалектная и региональная вариативность не была учтена создателями теории национальной полицентричности немецкого языка, трудно согласиться, так как уже в 1995 году У. Аммон в своей монографии «Немецкий язык в Германии, Австрии и Швейцарии: Проблема национальных вариантов» подчеркнул множественность диалектной, социальной и других форм вариативности немецкого языка, уделяя основное внимание именно национальной вариативности [Ammon 1995, с. 66]. Для Э. Г. Ризель важнейшим аспектом рассмотрения также была национальная вариативность немецкого языка, что совсем не означало для нее умаления важности проблемы регионального варьирования. Оно тщательно учтено также в корпусе «Словаря национальных вариантов немецкого языка», первое издание которого вышло в 2004 году, в котором указывается регион распространения слов, например: 1) *andrehen* A D-nord / -mittelwest «включать (об электроприборе)» Австрия, Германия-сев., ср.-зап.; 2) *heimzu* A CH D-südwest «домой» Австрия, Швейцария, Германия-юго-зап. [Variantenwörterbuch 2016].

Критики модели (теории) национальной полицентричности немецкого языка считают, что современные ее сторонники не учитывают действия взаимосвязанных факторов: динамики развития литературного языка, влияния на него СМИ и изменений в общественно-политической ситуации (падения Берлинской стены в 1989 году, объединения Германии в 1990 году, присоединения Австрии к Европейскому союзу в 1995 году, формирования общеевропейского рынка труда и капитала, общеевропейского пространства образования и т. д.). По мнению М. М. Глаунингера, считающего теорию языкового полицентризма «лингвистическим анахронизмом» [Glauninger 2015, с. 18], основой адекватного описания вариативности современного немецкого языка должно быть не понятие нации, а понятие мирового сообщества (Weltgesellschaft) [Glauninger 2015, с. 13]. Следует, однако, заметить, что

Э. Г. Ризель как основательница теории полицентричности немецкого языка всегда настаивала на строгом разграничении понятий «языковая общность», «национальная общность» и «государственная общность».

Функционально-ориентированная теория языковой вариативности

Теории языкового полицентризма противопоставляется функционально-ориентированная теория языковой вариативности (funktional dimensionierte Sprachvariationstheorie) [Glauninger 2015, с. 15], которая квалифицируется как новое измерение гетерогенности немецкого языка. Целью этой теории является характеристика современных вариантов языка как семиотических ресурсов, использование которых может быть интерпретировано в телеологическом аспекте (с точки зрения коммуникативного целеполагания) и в аспекте системно-теоретической эффективности (systemtheoretische Wirksamkeit) [Glauninger 2015, с. 15]. При этом термин «система» используется по отношению не к языку, а к социальным структурам, наиболее эффективным медиумом которых является язык. Таким образом, «термин “система” используется в том значении, в котором он применяется в социологической теории Н. Лумана – теории общества как комплексной коммуникативно-обусловленной системы» (цит. по: [Glauninger 2015, с. 17]).

Сторонники функционально-ориентированной теории справедливо видят в вариативной гетерогенности языка важное условие его успешного функционирования, трактуя языковую вариативность и как функциональное, и как системное явление (см. также концепцию архитектуры языка по Ч. Фёльдешу). Однако они отказываются принимать во внимание структурную организацию языковой системы и литературную норму, отраженную в национальных языковых кодексах (как подчеркивала Э. Г. Ризель, национальная норма фиксируется кодификаторами на основе учета языкового узуса (цит. по: [Из научного наследия … 2006, с. 272]), анализируя сам механизм этого функционирования, т. е. не учитывают взаимодействие и стилистические изменения единиц, принадлежащих к различным уровням языковых систем национальных вариантов немецкого языка, что со временем неизбежно происходит в изменяющихся условиях общения. Системно-структурный подход к языку и функционально-ориентированная

модель вариативности немецкого языка не только не противоречат друг другу, но являются взаимодополняющими.

Понятие функции является основополагающим не только для функциональной стилистики и теории лингвостилистической интерпретации текста, разработанных Э. Г. Ризель, но и для ее теории национальных вариантов немецкого языка, так как все языковые явления и языковые системы, а также динамику их изменений Э. Г. Ризель анализировала с позиции социокультурной обусловленности и коммуникативной целесообразности, определяемой оптимальным соотношением интенции отправителя сообщения и эффекта его восприятия получателем. Именно трактовка национальных вариантов немецкого языка как семиотических ресурсов, которые используются СМИ для воздействия на национальную аудиторию, является основанием для того, чтобы видеть в функционально-ориентированной теории вариативности немецкого языка следующий этап развития теории национальной вариативности по Э. Г. Ризель.

Изменения коммуникативных норм в немецкоязычном регионе

Отказ от полицентрической модели в пользу функционально-ориентированной модели критики первой объясняют изменениями коммуникативных норм в странах немецкого языка, имея в виду прежде всего орфоэпические нормы (Oralisierungsnormen). Акцент на этом виде норм связан с тем, что произносительные нормы сформировались значительно позже, чем нормы письменной речи, которые возникли под влиянием текстов региональных канцелярий и типографий в XVII–XVIII веках; орфоэпические же нормы – только к середине XX века под воздействием радио и телевещания. Радиус действия этих СМИ (например, Bayrischer Rundfunk vs. Norddeutscher Rundfunk) определил границы распространения сложившихся орфоэпических норм [Herrgen 2015, с. 143].

В XXI веке региональные нормы стали постепенно меняться под воздействием медийной революции – спутникового радио и телевидения, а также Интернета, которые транслируют свои передачи далеко за пределы национальных немецкоязычных государств. В связи с этим усилился интерес исследователей к соотношению национальных языковых норм и к степени их престижности в глазах носителей языка.

С этой целью проводятся перцептивно-лингвистические исследования коммуникативных норм в Германии, Австрии и Швейцарии, т. е. опросы с позиций перцептивной диалектологии и перцептивной географии. Так, в опросе, проведенном Р. Шмидлин, участвовали 908 студентов (негерманистов) из разных немецкоязычных стран. Студенты прослушивали тексты, начитанные дикторами немецкого, австрийского и швейцарского радио, после чего отвечали на вопрос: где говорят на самом лучшем литературном немецком языке? [Schmidlin 2011]. Большинство респондентов назвали немецкий язык в Северной Германии (Binnendeutsch). Использование австрицизмов и гельветизмов снижало в глазах респондентов уровень престижности литературного языка национального варианта независимо от национальной принадлежности информантов.

Результаты проведенного опроса свидетельствуют о том, что восприятие национальных вариантов литературного немецкого языка как равноценных не доминирует в языковом сознании рядовых носителей языка: в их перцептивном поведении преобладает ориентация на Binnendeutsch, т. е. моноцентрическая модель, согласно которой единство литературного языка – это нормальное явление, а национальная языковая вариативность – исключение. Такой результат трудно считать неожиданным, так как еще в 1995 году У. Аммон отметил наличие асимметрии национальных языковых центров – доминирование собственно-немецкого языка [Ammon 1995, с. 484], что связано с бóльшим числом его носителей и бóльшим экономическим и научным потенциалом Германии, чем других немецкоязычных стран.

О «денационализации» вариантов немецкого языка

Сегодня самые влиятельные печатные и электронные СМИ и киноиндустрия постепенно теряют национальную специфику, транслируя свои программы на разные немецкоязычные страны. На этом основании высказывается предположение о денационализации (Entnationalisierung) литературных вариантов немецкого языка и об изменениях в географическом охвате его литературных норм: «Если с 1700 года развивалась региональная литературная норма, с 1930 года – национальная норма в связи с возникновением национального радио и телевидения, то в настоящее время примерно с 1990 года мы имеем дело с денационализацией СМИ и в связи с этим с денационализацией

коммуникативной нормы» [Herrgen 2015, с. 156–157]. Таким образом, делается вывод о транснационализации коммуникативной нормы параллельно с изменениями в престижности национальных вариантов немецкого языка. Необходимо, однако, иметь в виду, что большую роль в этом играют различия в объеме кодификации национальных вариантов: немецкий язык в Германии кодифицирован в многочисленных словарях Дудена (орфоэпических, орфографических, грамматических, синонимических, антонимических, стилистических); в Австрии же существует практически один всеми признанный «Австрийский словарь»; в Швейцарии – несколько скромных справочников. Немецкие словари Дудена используются в Австрии и Швейцарии, но не наоборот. Преподавание немецкого языка как иностранного ориентировано во всем мире именно на Binnendeutsch.

В сложившейся ситуации с учетом данных опроса, проведенного Р. Шмидлин (см. выше), важно отношение молодого поколения к своим национальным вариантам немецкого языка. С этой целью в 2014 году О. Брженек проведен опрос образованных молодых австрийцев (имеющих аттестат зрелости или университетский диплом). Выяснилась склонность молодежи к замене австрицизмов общенемецкими лексемами (например, *австр*. Kasten «шкаф» → *нем*. Schrank; *австр*. Spital «больница» → *нем*. Krankenhaus). На вопрос, можно ли назвать немецкий язык в Австрии не немецким, а австрийским, положительно ответили 58% информантов и 42% – отрицательно. Ответы на другие вопросы (1. Как вы относитесь к диалектной речи? – Ответы: положительно – 31 %, отрицательно – 1%, зависит от ситуации – 68%; 2. Используете ли Вы диалект? Ответы: да – 81%, нет – 19%. 3. На каком языке Вы говорите в быту? Ответы: на обиходно-разговорном языке – 67%, на диалекте – 27%, на литературном языке – 5%. 4. Где используется сегодня литературный язык? Ответы: в университете – 39%, в театре, на телевидении, на радио – 36%, в официальной сфере – 16%, нигде – 9%) позволяют сделать вывод, что австрийская молодежь ценит свой национальный вариант немецкого языка, активно использует его, хотя и считает более престижным Binnendeutsch [Břenek 2017].

О стремлении австрийцев сохранить свой национальный вариант после вступления Австрии в Евросоюз свидетельствует: 1) подписание «Протокола № 10» о сохранении типично австрийских наименований экспортируемых продуктов питания вместо принятых в ЕС

собственно-немецких (например, *австр*. Ribisel «черная смородина» вместо *нем*. Johannisbeeren; *австр*. Topfen «творог» вместо *нем*. Quark); 2) создание интернет-портала «Официальный немецкий язык в Австрии …» [Amtsdeutsch auf Österreichisch … URL] в связи с председательствованием Австрии в Совете Европы в 2018 году.

Заключение

В статье не случайно сделан акцент на соотношении австрийского и собственно немецкого языка: Э. Г. Ризель была австрийкой по происхождению, и вопрос о самостоятельности австрийского варианта немецкого языка был для нее очень важен. Сегодня, в эпоху глобальных политических, экономических и социокультурных перемен сместился акцент в рассмотрении проблемы национальной вариативности немецкого языка: на первый план вышел вопрос о *статусном соотношении* национальных вариантов, об изменении коммуникативной нормы немецкого языка под влиянием СМИ. В этом контексте теория Э. Г. Ризель получила дальнейшее развитие.

Объективное существование национальных вариантов немецкого языка было показано в публикациях Э. Г. Ризель и подтверждено через несколько десятилетий материалами «Словаря национальных вариантов немецкого языка» [Variantenwörterbuch 2016]. Если бы не было национальных вариантов, то концепция «денационализации» их литературных языков лишилась бы точки отсчета.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ / REFERENCES

Комментарий. В книге: Из научного наследия профессора Э. Г. Ризель. М.: МГЛУ, 2006. С. 265. [Kommentarij. (Comment). (2006). *Iz nauchnogo nasledija professora E.G. Riesel*. Moscow: Moscow State Linguistic Unversity. (In Russ.)].

Мид М. Культура и преемственность. Исследование конфликта между поколениями // Культура и мир детства. Избранные произведения. М.: Наука, 1988. С. 322–361. [Mead, M. (1988). Culture and continuity. Research of the conflict between generations. *Kul'tura i mir detstva. Izbrannye proizvedenija* (pp. 322–361). Moscow: Nauka. (In Russ.)].

Ризель Э. Г. Национальные варианты современного немецкого языка // Иностранные языки в школе. 1962. № 6. С. 103–110. [Riesel, E. G. (1962). Nacional'nye varianty sovremennogo nemeckogo jazyka (National varieties of the modern German). *Inostrannye jazyki v shkole, 6*, 103–110. (In Russ.)].

Ризель Э. Г. Стилистика и языково-стилистические нормы в свете науки об обществе // Из научного наследия профессора Э.Г. Ризель. М. : МГЛУ, 2006. С. 267–282. [Riesel, E.G. (2006). Stilistika i jazykovo-stilisticheskie normy v svete nauki ob obshhestve (Stylistics and linguistic and stylistic norms in the light of the society science). *Iz nauchnogo nasledija professora E.G. Riesel* (pp. 267–282). Moscow: Moscow State Linguuistic Unversity. (In Russ.)].

Ammon U. Die deutsche Sprache in Deutschland, Österreich und der Schweiz: Das Problem der nationalen Varietäten. Berlin, New York: de Gruyter, 1995.

Ammon U. Das Variantenwörterbuch des Deutschen: Die systematische Erfassung der nationalen und regionalen Variation des Standarddeutschen in Fortsetzung der Anregungen Elise Riesels // Vestnik of Moscow State Linguistic University. Issue 555: Linguistics and paradigms of scientific knowledge. 2008. P. 5–21.

Amtsdeutsch auf Österreichisch … und Englisch. – Mode of access: www.sprachressourcen.at (дата обращения: 16.07.2020).

Břenek O. Sprachgebrauch und Sprachbeurteilung in Österreich am Beispiel der jüngeren Generation. B.: Frank & Timme, 2017.

Clyne M. German as a pluricentric language // Pluricentric languages. Differing norms in differing nations. Berlin, New York: Mouton de Gruyter, 1992. S. 117–147.

Földes Cs. Die deutsche Sprache und ihre Architektur. Aspekte von Vielfalt, Variabilität und Regionalität: Variationstheoretische Überlegungen // *Studia Linguistica*. Wrocław, 2005. Vol. XXIV. № 2743. S. 37–59.

Glauninger M. M. Deutsch im 21. Jahrhundert: ‘pluri-’, ‘supra-’ oder ‘postnational’? // Dienst am Wort: Festschrift für Ioan Lazarescu zum 60. Geburtstag. Passau: Stuz, 2013. S. 122–132.

Glauninger M. M. (Standard-)Deutsch in Österreich im Kontext des gesamtdeutschen Sprachraums: Perspektiven einer funktional dimensionierten Sprachvariationstheorie // Standarddeutsch im 21. Jahrhundert: Theoretische und empirische Ansätze mit einem Fokus auf Österreich. Wien : V&R unipress, 2015. S. 11–57.

Herrgen J. Entnationalisierung des Standards. Eine perzeptionslinguistische Untersuchung zur deutschen Standardsprache in Deutschland, Österreich und der Schweiz // Standarddeutsch im 21. Jahrhundert: Theoretische und empirische Ansätze mit Fokus auf Österreich. Wien : V&R unipress, 2015. S. 139–164.

Schmidlin R. Die Vielfalt des Deutschen: Standard und Variation. Gebrauch, Einschätzung und Kodifizierung einer plurizentrischen Sprache. Berlin, Boston: de Gruyter, 2011.

Troshina N. Funktionalstilistik von Elise Riesel als Voraussetzung zur Entstehung des gesamtdeutschen Stilforschungsraums. Ein Blick aus Moskau // Positionen

der Germanistik in der DDR. Personen – Forschungsfelder – Organisationsformen. Berlin, Boston: de Gruyter, 2013. S. 416–426.

Variantenwörterbuch des Deutschen. Die Standardsprache in Österreich, der Schweiz, Deutschaland, Liechtenstein, Luxemburg, Ostbelgien und Südtirol sowie Rumänien, Namibia und Mennonitensiedlungen. Hg. Ammon U., Bikkel H., Lenz A.N. Berlin, New York: de Gruyter, 2016. LXXVIII.

УДК 811.112.2

Г. М. Фадеева

кандидат филологических наук, доцент,
доцент кафедры лексикологии и стилистики немецкого языка
факультета немецкого языка Московского государственного лингвистического университета; e-mail: galina_fadeeva@rambler.ru

ОБЩЕКУЛЬТУРНАЯ И ТЕКСТОВАЯ ЗНАЧИМОСТЬ ЛИТЕРАТУРНЫХ АЛЛЮЗИЙ В ХУДОЖЕСТВЕННОМ ТЕКСТЕ

В статье на материале современных немецких художественных текстов рассматривается литературная аллюзия как один из наиболее важных и сложных видов интертекстуальной игры. Скрытые и трансформированные аллюзивные включения могут иметь доминантное значение для раскрытия замысла автора и различаться по своей культурной и текстовой значимости. Распознавание и интерпретация таких включений усложняются в условиях межкультурной коммуникации, что нередко ведет к утрате части информации и к потерям при восприятии и переводе художественных текстов.

Ключевые слова: интертекстуальность; литературная аллюзия; претекст; микроконтекст; макроконтекст; доминантная аллюзия; текстовая и (обще)культурная значимость.

G. M. Fadeeva

PhD (Philology), Associate Professor, Associate Professor
at the Department of Lexicology and Stylistics of German, Faculty of the German Language, Moscow State Linguistic University; e-mail: galina_fadeeva@rambler.ru

UNIVERSAL CULTURAL AND TEXTUAL SIGNIFICANCE OF LITERARY ALLUSIONS IN TEXTS OF FICTION

Based on modern German literary texts, the article dwells on literary allusions which are considered one of the most important and complex types of intertextual game. Latent and transformed allusive inclusions can have a dominant meaning for the disclosure of the author's intent and differ in their cultural and textual significance. Recognition and interpretation of inclusions like these become more difficult in the context of intercultural communication which often leads to the loss of some information and lack of perception and translation of literary texts.

Key words: intertextuality; literary allusions; pretext; microcontext; macrocontext; prevalent allusion; textual and universal cultural significance.

Введение

Актуальность данной темы обусловлена неослабевающим научным интересом к рассмотрению различных аспектов интертекстуальности,

CC BY

в том числе к изучению феномена литературной аллюзии как транслятора лингвистической и культурологической информации, а также к значимости аллюзивных включений для раскрытия замысла автора художественного текста, что имеет большое значение для сохранения интертекстуальных связей в литературном переводе. Цель статьи состоит в уточнении данных вопросов на материале современных произведений немецкой художественной литературы.

Подчеркивая общение между художественным текстом и культурным контекстом, Ю. М. Лотман рассматривал понятие *текст в тексте* как «специфическое риторическое построение, при котором различие в закодированности разных частей текста делается выявленным фактором авторского построения и читательского восприятия текста. Переключение из одной системы семиотического осознания текста в другую на каком-то внутреннем структурном рубеже составляет в этом случае основу генерирования смысла. Такое построение, прежде всего, обостряет момент игры в тексте» [Лотман 2010, с. 323].

Особого читательского и исследовательского внимания требует интерпретация скрытых или полускрытых включений, которые автор не маркирует лингвистическими сигналами, так как полагает, что читатель обладает достаточной общекультурной и национально-культурной компетенцией, позволяющей ему распознать интертекстуальные связи текста и замысел автора. Однако, как показывает анализ переводов немецких художественных текстов на русский язык, это предположение не всегда обоснованно. Даже читатель, представляющий ту же лингвокультуру, что и автор, не всегда может обнаружить скрытое или видоизмененное включение и определить его значимость в контексте произведения. Задача многократно усложняется в условиях межкультурной коммуникации, в частности, при читательской и исследовательской интерпретации иноязычного текста, а также при его переводе. Как следствие художественный текст (его часть) не включается в широкий культурно-литературный контекст и создание подтекста [Фадеева 1997].

Когнитивный процесс установления и интерпретации интертекстуальных связей (особенно скрытых и полускрытых отсылок и намеков) можно рассматривать как цепочку следующих этапов:

1) замешательство (ирритация) вследствие восприятия некоего фактора помехи;

2) идентификация фактора помехи как маркера референции;
3) идентификация текста-источника;
4) актуализация коннотаций, вызванных текстом-источником;
5) перенос возникших коннотаций на интерпретируемый (анализируемый) текст;
6) выводы и интерпретация.

Успешная интерпретация невозможна, если выпадает хотя бы одно звено в этой цепи. Трудности возникают уже на первом этапе когнитивного процесса, если скрытый сигнал интертекстуальности не воспринимается читателем, т. е. «если читатель не распознает интертекстуальную игру»[1]. Часто маркеры интертекстуальности, указывающие на скрытый смысл текста, опираются на заметную лишь для компетентного читателя гетерогенность текста: «Наталкиваясь на такие, как будто бы чуждые тексту, элементы, нарушающие закон семантического согласования, читатель стремится объяснить их. Несовместимость исключается, когда он уловит связи этих включений с прототекстом» [Арнольд 2014, с. 378].

Аллюзивные включения как форма интертекстуальной игры

Большинство современных исследований интертекстуальности проводятся в русле диалогической концепции М. М. Бахтина, который понимал диалог текстов как форму общения людей разных культур через текст, выраженный устной речью, письменной речью или любой другой знаковой системой [Бахтин 1975]. Ю. Кристева развила идеи М. М. Бахтина и ввела термин «интертекстуальность», означающий особые диалогические отношения между текстами, так как все тексты связаны между собой и явно или неявно ссылаются друг на друга, ориентируясь на контекст, а новое возникает благодаря перекомбинациям старого. Таким образом, бахтинский «подводный диалогизм» выявляет в письме интертекстовое начало [Кристева 2000].

В соответствии с научными взглядами М. М. Бахтина, Ю. Кристевой, Ю. М. Лотмана, И. В. Арнольд и др. интертекстуальность понимается в данной статье: а) как «включение в текст либо целых других

[1] Хельбиг, цит. по: [Fadeeva 2000 / 2001, с. 221–222].

текстов с иным субъектом речи, либо их фрагментов в виде маркированных или немаркированных, преобразованных или неизменных цитат, аллюзий и реминисценций» [Арнольд 2014, с. 346]; б) как связь между двумя и более текстами, которые могут представлять собой произведения разных видов искусства, в том числе: музыки, живописи, архитектуры и остальных знаковых систем (ср. также понятия «интермедиальность» и «экфразис»).

Одним из наиболее важных и сложных видов интертекстуальности считается литературная аллюзия, которую мы понимаем вслед за Н. А. Фатеевой как заимствование определенных элементов претекста, по которым происходит их узнавание в тексте-реципиенте, где и осуществляется их предикация, т. е. соединение имплицитных смыслов: смысл, заложенный в семантике аллюзии, реализуется в контексте и соединяется со смыслом окружающих текстов (микро- и макроконтекстов), а также и выражение отношения говорящего к действительности (тексту) [Фатеева 2006]. Лучше всего функцию открытия нового в старом в процессе дешифровки выполняют неатрибутированные аллюзивные включения, выстраивающие межтекстовые отношения [там же].

Таким образом, процесс понимания художественного текста включает диалог автора и читателя и диалог каждого из них со всей предшествующей и современной культурой. В тексте-реципиенте присутствуют признаки этого диалога (лингвистические маркеры), в том числе в виде аллюзивных включений. Читательская интерпретация основывается на том, что текст имеет эти маркеры, указывающие на скрытый «подводный» смысл, и защищен от помех и искаженного понимания данными и другими свойствами, что ограничивает многовариантность его прочтения и понимания [Арнольд 2014].

Подчеркнем, что для читательской, исследовательской и переводческой интерпретации важна не столько классификация включений, сколько значимость и функции этих включений в тексте. Именно этим вопросам и посвящена данная статья.

В статье не рассматриваются библеизмы, многие из которых вошли в общекультурный тезаурус человечества и являются широко используемыми прецедентными феноменами. Употребление литературных намеков и отсылок к Библии в художественных текстах заслуживает отдельного исследования.

Культурная и текстовая значимость литературных аллюзий

Для раскрытия интертекстуальных связей и замысла автора необходимо:

1) знать, в чем заключается прием аллюзии (намека) и каковы ее формы и ее роль в художественном тексте;
2) исходить из того, что прием аллюзии не всегда носит эксплицитный (выраженный) характер, намек часто «зашифрован», поэтому его распознавание в тексте нередко является чрезвычайно трудным;
3) распознать аллюзию (в том числе скрытую, зашифрованную);
4) определить ее контекстуальную реализацию;
5) интерпретировать место аллюзии в микро- и макроконтексте произведения;
6) в случае литературного перевода найти наиболее подходящий способ передачи аллюзивной информации, учитывая индивидуальный авторский стиль писателя или поэта, его идиостиль.

Успех распознавания, расшифровки и перевода аллюзивных включений обусловлен, в первую очередь, общекультурной и национально-культурной компетенцией читателя вообще и читателя-исследователя, в частности. Здесь уместно обратиться к понятию *культурного канона*, который часто связывается именно с литературным каноном, хотя не сводится исключительно к литературе. Культурный канон понимается как совокупность важнейших проявлений какой-либо культуры, считающихся основополагающими для данной культуры. По отношению к немецкой культуре следует упомянуть так называемый «Канон Марселя Райх-Раницки» (Marcel Reich-Ranickis Kanon), который представляет собой вышедшую в издательстве «Insel Verlag» антологию выдающихся произведений немецкоязычной литературы и включает в себя пять частей: 1) романы (2002); 2) повести (2003); 3) драмы (2004); 4) поэзию (2005) и 5) эссе (2006) [Der Kanon 2002–2006].

Наблюдения, проведенные на материале современной немецкоязычной художественной литературы, показывают, что тексты-источники (претексты), как правило (но не исключительно), входят в этот канон, а значит должны быть распознаваемыми профессиональным германистом даже в полускрытой или скрытой форме. Однако при анализе и интерпретации аллюзивных включений необходимо

учитывать, что понимание художественного текста исторически обусловлено, т. е. исторические изменения в интерпретации памятников мировой культуры неизбежны. Текст живет в «большом времени» (термин Бахтина), и окружающая его семиосфера исторически изменчива (прив. по: [Арнольд 2014, с. 346]).

В сознании образованного носителя языка аллюзивные включения пресуппонированы набором фоновых знаний, которые существуют в форме концептов, логических импликаций и пресуппозиций и принадлежат когнитивному уровню сознания. Аллюзии могут иметь различную меру культурной и текстовой значимости. Вслед за А. Д. Райхштейном мы рассматриваем: 1) общекультурную значимость данных единиц, которая не связана с конкретным художественным текстом; 2) текстовую значимость данных единиц; 3) языковую значимость с точки зрения их места в соответствующей языковой и речевой системе. Высокая текстовая значимость может сочетаться с минимальной общекультурной значимостью. Максимальной национально-культурной значимостью в тексте обладают те единицы, которые объединяют в себе высокую меру всех трех компонентов [Райхштейн 1987, с. 73–74].

Следует различать: а) аллюзии локального значения, важные для конкретного отрывка или одной из тем текста (фрагментарно значимые аллюзии); б) аллюзии доминантного значения для всего художественного текста. Например, аллюзии могут быть заключены уже в названии произведения и являться сквозными для него. При многократном повторении такой сквозной аллюзии она становится лейтмотивом произведения и обрастает дополнительными смысловыми оттенками [Мамаева 1977]. Помимо этого следует учитывать влияние текста-реципиента, его жанра, тональности, замысла автора на модификацию литературного заимствования по сравнению с текстом-источником.

Примером влияния нового контекста на характер литературных заимствований могут служить многочисленные аллюзии на известную «Балладу о королевских детях» (Ballade von den Königskindern), история которой прослеживается от XV века до наших дней. Баллада существует в различных вариантах, включая современные пародийные тексты, но константным элементом остается мотив несчастных влюбленных, разделенных глубоким потоком:

Es waren *zwei Königskinder*,
die hatten einander so lieb,
sie konnten beisammen nicht kommen,
das Wasser war viel zu tief
(*http://www.liederlexikon.de/lieder/es_waren_zwei_koenigskinder*).

Текст баллады широко известен в немецком культурном пространстве, поэтому даже зашифрованная (формально и семантически трансформированная) аллюзивная отсылка к нему понятна носителю языка и культуры. Баллада восходит к античному мифу о жрице Афродиты Геро и влюбленном в нее юноше Леандре, разделенных проливом Геллеспонт. Сюжет о гибели двух влюбленных подвергался обработке в литературе, музыке и в изобразительном искусстве, нашел отражение в литературных и музыкальных адаптациях, переделках, переработках, пародиях, а также в метафорическом использовании первой строфы «*Es waren zwei Königskinder*», которая в XIX веке вошла в корпус немецких «крылатых слов» и включается сегодня в самые разнообразные, в том числе в политические, контексты. Так, Вольф Бирман (Biermann) использовал балладу в 1962 году как метафору разделенной Германии в песне «Mein Vaterland, mein Vaterland»[1].

Исследование примеров в художественной литературе показывает, что тональность аллюзии на эту балладу меняется от возвышенно-печальной до иронической в различных текстах и жанрах. Она может быть графически выделена или не выделена (например, кавычками или курсивом), но, как правило, легко распознаваема в немецком культурном пространстве. Ее функции и значимость в тексте-реципиенте зависят от конкретного произведения. Например, чтобы понять роль аллюзии на «Балладу о королевских детях» в книге Г. Белля «Потерянная честь Катарины Блюм» [Böll 1984], следует исходить из общей тональности книги, которая по определению самого автора является памфлетом, замаскированным под беллетристику, т. е. художественно-публицистическим произведением резко обличительного содержания. Сатира и ирония, реализуемые в книге разнообразными средствами, – важнейшие признаки данного текста. Аллюзия на «Балладу о королевских детях» встречается в книге неоднократно,

[1] URL: http://www.liederlexikon.de/lieder/es_waren_zwei_koenigskinder

поддерживая концептуальную метафору Г. Белля об «источниках» (Quellenmetaphorisierung), под которыми имеются в виду СМИ и полицейские расследования, т. е. данная аллюзия входит в репертуар средств создания иронии, как и другие литературные намеки в этом произведении Г. Белля:

> Nichts anderes ist gemeint, wenn hier an anderer Stelle von Quellen gesprochen worden ist, die „*zueinander nicht kommen können*“, wie die *Königskinder*, denen die falsche Nonne die Kerze ausblies – und irgendeiner versank da ziemlich tief, ertrank [Böll 1984, с. 134]. – «Ничего другого не имеется в виду, когда в другом месте говорится об источниках, которые “*не могут встретиться*”, как *королевские дети*, когда мнимая монашенка загасила свечу, и кто-то погрузился довольно глубоко, утонул[1]».

Лингвистическим сигналом иронии служит выделение цитаты из баллады кавычками, но задача раскрытия смысла этого намека в тексте памфлета Г. Белля требует вовлечения аллюзии в общий замысел автора.

В то же время аллюзия на балладу о королевских детях в романе Д. Нолля «Приключения Вернера Хольта» [Noll 1968] несет совершенно другую нагрузку, гораздо более близкую к печальной истории баллады. Одна из главных героинь романа, дочь полковника вермахта, расстрелянного за причастность к покушению на фюрера в 1944 году Ута Барним пишет письмо влюбленному в нее Вернеру Хольту, в котором также использует это включение, никак не выделяя его графически:

> „Glaube nicht“, schrieb Uta, „dass dieser Sommer spurlos an mir vorübergegangen ist, aber reden wir nicht davon. *Das Wasser zwischen uns Königskindern ist tief*“ [Noll 1968, с. 133]. – «Не думай, – писала Ута, – что события этого лета прошли для меня бесследно, но не будем говорить об этом. *Поток между нами, королевскими детьми, слишком глубок*».

Русский читатель, не знакомый с этой малоизвестной в нашей культуре балладой, понимает образ глубокого и опасного водного потока, разделяющего двух влюбленных, так как это общекультурный, наднациональный образ непреодолимой преграды, но не связывает это аллюзивное включение с претекстом, что ведет к потери части информации.

[1] Зд. и далее перевод и выделения наши. – *Г. Ф.*

В романе Даниеля Кельмана «Тиль» (Tyll) [Kehlmann 2019], получившего самую высокую оценку немецкой литературной критики и читателей, речь идет о Тридцатилетней войне, увиденной глазами Тиля Уленшпигеля. Роман многослойный и содержит немало отсылок к произведениям классической немецкой литературы от плутовского романа Гриммельсгаузена до Б. Брехта и Г. Грасса, включая и аллюзию на «Балладу о королевских детях». Деревенские ребятишки смотрят представление бродячих актеров, которые рассказывают печальную историю любви и гибели влюбленных. Дети не все понимают, в том числе из-за баварского диалекта актеров, однако они понимают, что речь идет о мужчине и женщине, которые любили друг друга, но не могли соединиться, так как их разделял глубокий и опасный поток. Брошенная Уленшпигелем синяя ткань изображает водный поток. В конце представления зрители плачут:

> Ihr Dialekt klang nach dem Süden, nach den großen Städten Bayerns, und war nicht leicht zu verstehen, aber wir bekamen doch mit, dass es um eine Frau und einen Mann ging, *die einander liebten und nicht zueinanderkonnten, weil ein Gewässer sie trennte* [Kehlmann 2019, с. 10]. – «Ее диалект звучал по-южному, напоминал о больших городах Баварии, и его было нелегко понять, но мы все же поняли, что речь шла о мужчине и женщине, *которые любили друг друга, но не могли быть вместе, так как их разделял водный поток*».

В данном контексте аллюзия помогает передать социальный и исторический колорит изображаемого времени, чувства простодушных деревенских жителей, искренне переживающих за героев печальной истории и глубоко потрясенных искусством бродячих актеров. Это аллюзия локального значения (фрагментарно значимая) для романа, несмотря на ее высокую национально-культурную значимость.

В то же время всего лишь одно короткое и полускрытое аллюзивное включение может иметь доминантное текстовое значение для всего произведения, как, например, аллюзия в романе Д. Шваница «Кампус» (Der Campus), главный герой которого, успешный молодой профессор университета Ханно Хакман, оказывается в центре скандала из-за ложного обвинения в изнасиловании студентки и становится изгоем общества [Schwanitz 1995]. Включенный в одну из

сцен романа литературный намек создает высшую точку напряжения, когда профессор понимает, что под его ногами разверзлась пропасть, в которую он стремительно падает:

> …alle blickten ihn an, als ob er sich ganz plötzlich *in einen Käfer verwandelt* hätte… Hanno blickte in die Runde. Ihm wurde kalt ums Herz. Keine Hand rührte sich, kein Blick traf den seinen. Alle blickten nach unten… [Schwanitz 1995, с. 328]. – «…все глядели на него так, как будто он внезапно *превратился в жука*… Ханно смотрел на присутствующих. У него похолодело на сердце. Ни одна рука не шевельнулась, ни один взгляд не встретился с его взглядом. Все опустили глаза…»

Вербальными маркерами зашифрованной интертекстуальности здесь служат слова *Käfer* (жук) и *sich verwandeln* (превратиться). Знакомый с повестью Ф. Кафки «Превращение» (Die Verwandlung) читатель сразу распознает аллюзию на этот знаменитый претекст. Литературный намек становится доминантным для темы романа: превращение известного и уважаемого профессора в чудовищное насекомое (ungeheueres Ungeziefer), вызывающее у всех физическое отвращение и означающее конец его прежней жизни. В этот момент герой, а вместе с ним и читатель, осознает весь масштаб произошедшей с профессором Хакманом трагедии.

К аллюзиям доминантного воздействия можно отнести архитектонические аллюзии, когда вся структура произведения является намеком или прямой отсылкой к тексту-источнику, т. е. претексту. Пример этого – роман Б. Ширмера «Жираф Шлевайна» [Schirmer 1994], который можно рассматривать как аллюзию на плутовской роман и на главное произведение XVII века в этом жанре – роман Гриммельсгаузена «Simplicissimus». Об этом говорят все признаки классического плутовского романа, перенесенные Б. Ширмером в его современный «плутовской» роман [Фадеева 1997, с. 27].

На обложке романа Б. Ширмера изображена разрушенная Берлинская стена и жираф, который смотрит вдаль поверх этой стены. Роман повествует о воссоединении Германии в 1990 году, которое перевернуло (а во многих случаях и разрушило) жизнь граждан ГДР. Читательское и исследовательское восприятие этого богатого самыми разнообразными формами интертекстуальной игры произведения, не говоря уже о его переводе, требует серьезного предисловия

к роману и подробного комментария к интертекстуальным включениям (особенно скрытым), которые подготовят читателя к восприятию романа в его полноте.

Главный герой романа, как и многие жители ГДР, в результате объединения Германии оказался не у дел и наблюдает из своей скромной квартирки за большими событиями в стране. Это так называемая «перспектива лягушки» (Froschperspektive), т. е. ограниченное поле зрения. В одной из глав он сидит в саду со своими друзьями, также выброшенными за борт новой жизни (в их числе профессор-историк), и рассуждает о том, как выживать в новых условиях. Неожиданно героя охватывает странное чувство: ему кажется, что внезапно наступила зима, он мерзнет, хотя он все еще в осеннем саду, где желтеют плоды грушевых деревьев:

> Ich habe plötzlich einen Schweißausbruch. Ich weiß auf einmal nicht, in welcher Jahreszeit wir sind. Teils *blühen die Birnbäume* noch, teils tragen sie schwere *gelbe Früchte*. Von einem Birnbaum hat die Giraffe sämtliche Blätter abgefressen, …der Baum ist kahl. Es ist einmal wie *Winter*, mich fröstelt plötzlich, aber wir sitzen noch immer im Garten [Schirmer 1994, с. 36]. – «Внезапно я покрываюсь потом. Я не знаю, какое сейчас время года. *Часть грушевых деревьев еще цветет*, на других висят тяжелые *желтые плоды*. На одном дереве жираф съел все листья, …оно голое. Как будто внезапно наступила *зима*, меня знобит, но мы все еще сидим в саду».

В данном фрагменте зашифрована сложная для распознавания инокультурным читателем, но доминантная для романа аллюзия на очень известное в немецком культурном пространстве стихотворение Фридриха Гельдерлина (Hölderlin, 1770–1843) «Половина жизни». Это один из шедевров погружающегося во мрак неизлечимо больного поэта, в котором Гельдерлин, любуясь спелыми плодами груш и цветущими дикими розами, вопрошает, что он станет делать, когда наступит «зима» его жизни, а в ответ слышит лишь треск флюгеров на ветру:

Mit *gelben Birnen* hänget
Und voll mit *wilden Rosen*
Das Land in den See
Ihr holden Schwäne
Trunken von Küssen
Tunkt ihr das Haupt

Ins heilignüchterne Wasser
Weh mir, wo nehm ich, wenn
Es *Winter* ist, die Blumen, und wo
Den Sonnenschein,
Und Schatten der Erde ?
Die Mauern stehn
Sprachlos und kalt, im Winde
Klirren die Fahnen[1].

Желтея грушей спелой,
Краснея *розой дикой*,
Край светлых озёр,
Как лебедь милый,
Устав от лобзаний,
Шею склоняет
В священно-трезвые воды.
Но как смогу я
Отыскать цветы *зимою*,
Найду ли солнца свет
И тени земные?
Ответа нет
От мёртвых стен.
Под ветром флюгер скрежещет
(*Перевод Д. Смирнова-Садовского. 1980*).

Маркерами данного аллюзивного включения являются вербальные следы текста-источника: *gelbe Birnen* (желтые груши), *Winter* (зима), *wilde Rosen* (дикие розы) и др., которые вызывают ассоциации не только с печальным стихотворением Гельдерлина и его трагической судьбой, но и с личной трагедией многих жителей ГДР, таких, как потерявший работу главный герой романа и его друг профессор Бреклер, в жизни которых так же внезапно наступила «холодная зима». Сопоставление читаемого и прецедентного контекстов обеспечивает глубокое понимание романа и значимость аллюзивного включения для его восприятия. Помещенное в контекст остроумного злободневного романа философское размышление неизлечимо больного Гельдерлина о жизни звучит не только печально, но и весьма саркастично, так как характер текста-реципиента изменил тональность текста-источника.

[1] URL: https://www.deutschelyrik.de/haelfte-des-lebens.html.

На данном примере можно выявить несовпадение культурной значимости претекста в разных культурах. Имя и творчество Гельдерлина занимает важное место в культуре Германии, он входит в уже упомянутый Канон немецкой литературы, его произведения изучаются, гимназии носят его имя. Однако в межкультурной русско-немецкой коммуникации этот литературный намек будет распознан и интерпретирован далеко не каждым читателем, особенно при такой его формальной и семантической трансформированности, хотя стихи Гельдерлина, в том числе «Половина жизни», неоднократно переводились на русский язык. Потеря важной части информации при чтении романа «Жираф Шлевайна» неизбежна, если роман не будет снабжен подробным комментарием (или подробным предисловием), предназначенным не только для инокультурного читателя, но и для среднего немецкого читателя, не исследователя-филолога.

Заключение

Анализ художественных текстов немецкой литературы конца XX и начала XXI века позволяет сделать ряд выводов.

При интерпретации интертекстуальной игры внимание читателя сосредоточивается не только на претексте и его трансформациях в новом контексте, но прежде всего на функции и текстовой значимости литературных заимствований в тексте-реципиенте.

Текстовая значимость аллюзивных включений может преобладать над их общекультурной значимостью. В этих случаях роль литературных заимствований в полном раскрытии информации и смысла художественного текста-реципиента настолько велика, что незнание или неполное знание текста-источника (претекста) делает невозможным адекватное восприятие и интерпретацию художественного произведения и ведет к серьезным потерям информации, в том числе не позволяет сохранить интертекстуальные связи в литературном переводе.

Макроконтекст (например, весь текст художественного произведения) раскрывает наиболее важные для данного произведения признаки аллюзий и их коннотации.

Значимость претекстов может быть разной для читателей, которые являются носителями данного языка, и для представителей других культур.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ / REFERENCES

Арнольд И. В. Семантика. Стилистика. Интертекстуальность. М. : Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2014. [Arnol'd, I. V. (2014). Semantika. Stilistika. Intertekstual'nost'. (*Semantics. Stylistics. Intertextuality*). Moscow: Knizhnyi dom «LIBROKOM». (In Russ.)].

Бахтин М. М. Вопросы литературы и эстетики. Исследования разных лет. М.: Художественная литература, 1975. [Bakhtin, M. M. (1975). Voprosy literatury i estetiki. Issledovaniya raznykh let. (*Matters of Literature and Aesthetics. Studies of Different Years*). Moscow: Khudozhestvennaya literatura. (In Russ.)].

Кристева Ю. Бахтин, слово, диалог и роман // Французская семиотика: От структурализма к постструктурализму. М.: Прогресс, 2000. С. 427–457. [Kristeva, Yu. (2000). Bakhtin, Word, Dialogue and Romance. In *Frantsuzskaya semiotika*: *Ot strukturalizma k poststrukturalizmu* (pp. 427–457). Moscow: Progress. (In Russ.).].

Лотман Ю. М. Текст в тексте // Чему учатся люди. М. : Центр Книги Рудомино, 2010. С. 309–331. [Lotman, Yu. M. (2010). Tekst v tekste. (Text in Text). In *Chemu uchatsya lyudi* (pp. 309–331). Moscow: Tsentr Knigi Rudomino. (In Russ.)].

Мамаева А. Г. Лингвистическая природа и стилистические функции аллюзии: автореф. дис. … канд. филол. наук : М., 1977. [Mamaeva, A. G. (1977). Lingvisticheskaya priroda i stilisticheskie funktsii allyuzii. (*The Linguistic Nature and Stylistic Functions of Allusion*): abstract of PhD in Philology. Moscow. (In Russ.)].

Райхштейн А. Д. Национально-культурная значимость слов и словесных комплексов в художественном тексте // Лингвострановедение и текст. М.: Русский язык, 1987. С. 69–76. [Raikhshtein, A. D. (1987). Natsional'no-kul'turnaya znachimost' slov i slovesnykh kompleksov v khudozhestvennom tekste. (National and Cultural Significance of Words and Verbal Complexes in a Literary Text). In *Lingvostranovedenie i tekst* (pp. 69–76). Moscow : Russkii yazyk. (In Russ.)].

Фадеева Г. М. Аллюзии в межкультурной коммуникации // Коммуникативная лингвистика. Сб. научных трудов Московского государственного лингвистического университета. М., 1997. С. 24–30. [Fadeeva, G. M. (1997). Allyuzii v mezhkul'turnoi kommunikatsii (Allusions in Intercultural Communication). In *Kommunikativnaya lingvistika* (pp. 24–30). Moscow: Moscow State Linguistik University. (In Russ.)].

Фатеева Н. А. Интертекст в мире текстов: Контрапункт интертекстуальности. М.: КомКнига, 2006. [Fateeva, N. A. (2006). Intertekst v mire tekstov: Kontrapunkt intertekstual'nosti. (*Intertext in the World of Texts: Counterpoint to Intertextuality*). Moscow: KomKniga. (In Russ.)].

Böll H. Die verlorene Ehre der Katharina Blum. Mit Materialien und einem Nachwort des Autors. Köln: Kiepenheuer & Witsch, 1984.
Der Kanon. Die deutsche Literatur. Marcel Reich-Ranicki (Hg.). In fünf Teilen. Fr. am M.: Insel Verlag, 2002–2006.
Fadeeva G. Linguolandeskundliche Kommentare zu literarischen Texten // Das Wort. Germanistisches Jahrbuch '00-01. Marina Vollstedt (Hg.). Bonn DAAD. 2000/2001. S. 219–233.
Helbig J. Intertextualität und Markierung: Untersuchungen zur Systematik und Funktion der Signalisierung von Intertextualität. Heidelberg: Winter, 1996.
Kehlmann D. Tyll. Hamburg bei Reinbek : Rowohlt Verlag, 2019.
Noll D. Die Abenteuer des Werner Holt. Berlin und Weimar: Aufbau-Verlag, 1968.
Schirmer B. Schlehweins Giraffe. Fr. am M.: Fischer Taschenbuch Verlag, 1994.
Schwanitz D. Der Campus. Fr. am M.: Der Goldmann Verlag, 1996.

УДК 811.124

И. В. Хорькова

кандидат исторических наук, доцент кафедры классической филологии
Московского государственного лингвистического университета;
e-mail: stauross@yandex.ru

ЭТИМОЛОГИЯ ТЕОНИМОВ В ТРУДАХ ХРИСТИАНСКИХ АПОЛОГЕТОВ

Статья посвящена исследованию фрагментов из сочинений нескольких латиноязычных христианских авторов – Тертуллиана, Арнобия и Аврелия Августина, которые содержат этимологическую информацию о латинских теонимах, с целью выявления ее источника. Перечисленные авторы опираются на списки божеств, получивших в науке название *numĭna*. Это группа божеств с единичной функцией, этимологически связанной с теонимом. Детальный анализ этих теонимов и текстуальные сопоставления позволяют говорить о том, что промежуточным источником для этих авторов было сочинение Варрона «Божественные древности».

Ключевые слова: язычество; теонимы; римский пантеон; numĭna; христианские апологеты; вопросы этимологии.

I. V. Khorkova

PhD (History), Associate Professor at the Department of Classical Philology,
Moscow State Linguistic University; e-mail: stauross@yandex.ru

ETYMOLOGY OF THEONYMS IN THE WORKS OF CHRISTIAN APOLOGISTS

The article represents a source study research of works of several Christian authors – Tertullian, Arnobius and Aurelius Augustine – concerning the etymological questions. All these authors have compactly located lists of the deities which received the name *numĭna* in research. It is specific group of deities whose special function is etymologically connected with the name of the deity. The detailed textual analysis of these lists and also comparison to the texts of other antique authors allow to say that the source for all listed authors is Varro's composition «Antiquitates rerum divinarum».

Key words: paganism; Roman pantheon; numĭna; Christian apologists; etymology.

Введение

Настоящая статья представляет собой источниковедческое исследование фрагментов сочинений христианских авторов по вопросу происхождения теонимов. Мы предполагаем исследовать тексты,

CC BY

объединенные общим контекстом, а именно, попыткой христианских авторов вывести имя языческого божества из его функции. Часто эту группу богов называют в науке *numĭna*.

Слово *numen* по-латыни многозначно. Оно означает:

- кивок, знак согласия;
- мановение, воля, повеление;
- воля или могущество богов;
- божество, бог;
- изображение или статуя бога;
- величие;
- знак божественного могущества;
- духи дорогих покойников, маны;
- *преим. pl*. изречение оракула.

Масштабная дискуссия по *numĭna* происходила в антиковедении в XIX–XX веках. В наши планы не входит останавливаться на ее подробностях, так как нас интересует чисто источниковедческий аспект.

Наибольший интерес представляют тексты трех христианских авторов – Тертуллиана, Арнобия и Августина.

Квинт Септимий Флоренс Тертуллиан, творивший в конце II – начале III века н. э., положил начало патристике и церковной латыни. Арнобий Афр из города Сикки написал свою единственную апологию в начале IV века н. э. и не был так известен, как Тертуллиан. Наконец, Аврелий Августин, епископ города Гиппона, живший в IV – начале V века н. э. и причисленный к лику святых католической, православной и лютеранской церковью, внес большой вклад в формирование христианской догматики. Несмотря на значительные различия во времени жизни и творчества, а также значимости написанных трудов, мы полагаем, что сочинения этих авторов неразрывно связаны между собой общей базой источников, что и постараемся показать.

Этимологическая информация о *numĭna*

Итак, мы собираемся предпринять источниковедческое исследование тех фрагментов из текстов перечисленных христианских авторов, где имеется этимологическая информация о *numĭna*. Боги-духи у трех наших авторов сконцентрированы в нескольких главах их сочинений. Попробуем текстуально сопоставить эти отрывки.

Следует сразу же оговориться, что тексты Тертуллиана и Арнобия сохранились в неудовлетворительном состоянии, страдают значительными погрешностями и ошибками, допущенными переписчиками, что отмечают и их издатели. В связи с этим некоторые теонимы имеют разное написание в разных изданиях. Это усложняет нашу задачу. Несколько теонимов издатели восстанавливают по-разному. Теоним *Burnus* у Арнобия С. Гелен корректирует как *Liburnus*, а Д. Меурсий – как *Liber* [Arnobii 1875, с. 147]. Мы склоняемся к первой корректуре, поскольку *Burnus* назван у автора в паре с *Libentina*. *Eluda* Тертуллиана обычно корректируется как *Edula* в соответствии с происхождением от глагола *edĕre* (есть, кушать), а *Lana* как *Jana* (от *janua* – дверь, проход). Теоним *Edea* заменяют на *Mens* (разум, сознание) также в соответствии с приводимой этимологией. *Levicola* следует исправить на *Clivicola* от *clivus* (склон). *Upibilia* у Арнобия корректируют как *Vibilia* или *Vehilia* (от *via* – дорога или *vehĕre* – везти, ехать) [Arnobii 1875, с. 148].

Только два теонима имеются у всех трех авторов, несколько – у двух, большинство же встречается только у одного из апологетов. Для наглядности мы разместили теонимы рассматриваемых фрагментов в алфавитном порядке.

Таблица 1

Списки *numĭna* у Тертуллиана, Арнобия, Августина

Tertullianus	Arnobius	Augustinus
Abeona		Abeona
		Adeona
		Aesculanus
Afferenda		
		Agenoria
Albana		
		Argentinus
Arquis		
Ascensus		
		Barbatus
	Burnus*	
Caeculus		
		Camena
Candelifera		
Cardea		Cardea

Tertullianus	Arnobius	Augustinus
Consa		Carmentes
Consevius		Cluacina
		Collatina
Diespiter		Consus
Domiduca		
Edea		Cunina
Eluda*		Diespater
Farmus		
		Educa
Fluvionia		
Forculus		Felicitas
		Flora
Janitorus		Forculus
		Fortuna Barbata
		Hostilia
Lana*		Jugatinus
		Juventa
	Lateranus	Lacturnus
Levicola*		
	Libentina	Levana
Limentinus	Lima	Libentina
	Limentina	Liber / Libera
	Limi	
		Limentinus
	Mellonia	Lucina
		Matuta
Mors	Montinus	
		Mena
Mutunus Tutunus	Murcida	
	(Mutunus) Tutunus	
	Nemestrinus	
	Nenia	Mutunus Tutunus
	Noduterensis	
	Nodutis	
		Nodutus
		Numeria
Orbana	Orbona	Opis

Tertullianus	Arnobius	Augustinus
	Ossipago	
	Panda/Pantica	
	Patellana / Patella	Patelana
Paventina		Paventia
Pavor		
	Pecunia	
	Pellonia	
Peragenor		
	Perfica	
Pertunda	Pertunda	
Perversa		
	Peta	
Potina		Potina
Praestitia	Praestana	
Prema		
Prosa		
		Proserpina
	Puta	
Rucinia		Runcina
		Rumina
		Rusina
	Saturnus	Saturnus
		Segetia
		Seia
Sentinus		Sentia
Septemontium		
Spes		
		Statilinus
		Stimula
		Strenia
Subigus		
		Tutilina
	Upibilia*	
		Vallonia
		Vaticanus
Venilia		Venilia
		Virginiensis
Vitumnus		
Voleta		
		Volumnus / Volumna
Volupia		Volupia
		Volutina

Среди рассматриваемых теонимов есть несколько имен, относящихся к великим богам римского пантеона. Это *Diespiter* / *Diespater* – *Юпитер*, *Флора*, *Фортуна*, *Либер* / *Либера*, *Матер*, *Матута*, *Марс* и *Сатурн*. Несколько теонимов встречаются у других античных авторов как эпитеты великих богов и богинь. Мы перечислим их вместе с именами великих богов, эпитетами которых они являются: *Фортуна Барбата*, *Венера Клоацина*, *Юнона Флювиониа* / *Флювиона* / *Флюония*, *Венера Либентина*, *Юнона Люцина*. Часть теонимов обозначает абстрактные понятия: *Felicitas* (счастье), *Honor* (честь), *Juventas* (молодость), *Mens* (разум), *Mors* (смерть), Ops (сила), *Pavor* (страх), *Pecunia* (деньги), *Spes* (надежда), *Victoria* (победа). Большинство же теонимов относятся к богам, олицетворяющим те или иные отдельные функции. Словообразовательный анализ этой большой группы теонимов указывает на их явно адъективную природу, на что обратили внимание исследователи еще в прошлом веке [Bailey 1935, с. 239; Usener 1948, с. 33; Stolz 1896, с. 170] и чему посвящена статья автора «Суффиксация как способ образования теонимов в понтификальных книгах» [Хорькова 2018, с. 1326]. Этот вывод подкрепляется еще и употреблением некоторых теонимов рассматриваемой группы в качестве эпитетов великих богов.

Итак, можно констатировать, что упомянутые у христианских авторов божества не являют собой нечто однородное, но представляются довольно разношерстной компанией. Что же объединяет все эти божества с точки зрения христианских апологетов, если все они оказываются упомянутыми вместе в анализируемом ряде фрагментов?

Прежде всего, обращает на себя внимание тот факт, что все эти теонимы очень прозрачны этимологически. Практически каждый может быть выведен из латинского слова и соответствующим образом переведен. Материал христианских авторов это подтверждает.

В следующей таблице 2 мы приводим этимологию рассматриваемых теонимов, вытекающих из функции соответствующего божества (см. табл. 2).

Мы взяли за основу ту этимологию, которую приводят или подразумевают христианские авторы, не обращая внимания на ее корректность и обоснованность с точки зрения современного языкознания. Мы придерживаемся этого правила даже в тех случаях, когда этимология явно искусственно привязана к определенному действию или

предмету. Например, мы оставляем этимологию *Proserpina* от глагола *proserpĕre* (выползать, вылезать), приводимую Арнобием в третьей книге [Арнобий 2008, с. 241] и функционально подтверждаемую Аврелием Августином, хотя правильнее было бы выводить этот теоним от глагола *prosĕre* (сеять, производить), т. е. мы имеем дело с этимологией, которую принято называть народной или наивной.

Таблица 2

Этимология теонимов

Теоним	**От какого слова происходит**	**Перевод**
Abeona	abīre	уходить, удаляться
Adeona	adīre	приходить, прибывать
Aesculanus	aes	медь, бронза
Afferenda	afferre	приносить, доставлять
Agenoria	agĕre	делать, действовать
Albana	alere	кормить, вскармливать
Argentinus	argentum	серебро
Arquis	arquus (*арх.*)	арка, дуга
Ascensus	scansio	восхождение, подъем
Barbatus / Barbata	barba	борода
Bellona	bellum	война
Caeculus	caecus	слепой
Camena	canĕre	петь
Candelifera	candela + ferre	свеча + приносить
Cardea	cardo	дверная петля
Carmentes	carmen	песня
Clivicola*	clivus	склон, скат
Cluacina	cluere (*арх.*)	очищать
Collatina	collis	холм

Теоним	**От какого слова происходит**	**Перевод**
Consus / Consa	consilium	совет
Consevius	consatio	обсеменение, засевание
Cunina	cunae	колыбель
Diespater / Diespiter	dies + partus	день + утробный плод
Domiduca	domus + ducĕre	дом + вести
Educa / Eluda* / Edula	edere	есть, кушать
Farmus	effātus	речь, разговор
Felicitas	felicitas	счастье
Flora	florēre	цвести
Fluviona	fluvius	течение, река
Forculus	foris	дверь
Fortuna	fortuitus	случайный, естественный
Fructesea	fructus + serere	плод + сеять
Honor	honor	честь, почесть
Hostilia	hostīre	возмещать, уравнивать
Jana*	janua	дверь, проход
Janitor	janitor	привратник, сторож
Jugatinus	jugum	хребет, вершина
Juventa / Juventas	juventa	молодость, юность
Lacturnus	lactescere	наливаться, становиться сочным
Lateranus	laterculus	кирпичик
Levana	levāre	облегчать
Libentina / Lubentina / Liburnus*	libido	желание, влечение
Liber / Libera	liber	свободный

Теоним	**От какого слова происходит**	**Перевод**
Limentinus / Limentina / Lima	limen	порог, вход
Limi	limus	косящий
Lucina	lux	свет
Mars		
Matuta	maturescere	созревать
Mellonia	mel	мед
Mena	menstruus	ежемесячный
Mens*	mens	разум, мысль
Montinus	mons	гора, холм
Mors	mors	смерть
Murcida	murcidus	ленивый
Mutunus Tutunus	muto	membrum virile
Nemestrinus	nemus	роща, лес
Nenia	nenia	погребальная песня
Noduterensis	nodus + terere	узел + молотить
Nodutis / Nodutus	nodus	узел
Numeria	numerare	считать
Ops	ops	помощь, поддержка
Orbana / Orbona	orbāre	делать сиротой, лишать
Ossipago	os + paginăre	кость + скреплять
Panda / Pantica	panděre	открывать, распахивать
Patelana / Patellana / Patella	patefacĕre	широко раскрывать
Paventia / Paventina	pavor	страх, ужас
Pavor	pavor	страх, ужас

Теоним	**От какого слова происходит**	**Перевод**
Pecunia	pecunia	деньги
Pellonia	pellĕre	толкать
Peragenor	peragĕre	проделывать, совершать
Perfica	perficĕre	завершать, доводить до конца
Pertunda	pertundĕre	проламывать
Perversa	pervertĕre	опрокидывать, переворачивать
Peta	petĕre	просить
Potina	potus	питье
Praestana / Praestitia	praestāre	превосходить
Prema	premĕre	давить, прижимать
Prosa	prosus/prorsus	несвязанный, свободный
Proserpina	proserpĕre	выползать, вылезать
Puta	putāre	думать, полагать
Rucinia / Runcina	runcāre	полоть, косить
Rumina	rumis (*др.-ит.*)	грудь
Rusina	rus	деревня, поле
Saturnus	satio	сеяние, сев
Segetia	seges	посев, хлеб на корню
Seia	serĕre	сеять
Sentia / Sentinus	sententia	мнение, намерение
Septemontius	septem + mons	семь + холм
Spes	spes	надежда
Statilinus	stare	стоять
Stimula	stimulus	поощрение, побуждение
Strenia	strenuus	бодрый, проворный
Subigus	subigĕre	приготовлять, обучать

Теоним	**От какого слова происходит**	**Перевод**
Tutilina	tutum	безопасность
Vallonia	vallum	вал, насыпь с частоколом
Vaticanus	vagĭtus	писк, крик
Venilia	venire	приходить
Vibilia*	via	дорога, путь
Victoria	victoria	победа
Virginiensis	virgo	девушка
Vitumnus	vivĕre	жить
Voleta	voluntas	воля, желание
Volumnus / Volumna	velle	хотеть, желать
Volupia	voluptas	удовольствие, наслаждение
Volutina	involumentum	покров

Итак, несмотря на большую пестроту приведенных у христианских авторов в этих фрагментах теонимов, их все же объединяет именно прозрачность этимологии. Наиболее последовательно метода этимологии придерживался известный римский антиквар Марк Теренций Варрон (116–27 гг. до н. э.). До нас сохранились фрагменты из сочинений Варрона у других античных авторов, а также пять книг его труда «De lingua Latina» (О латинском языке). Два теонима из нашего списка упомянуты Варроном, это *Libentina* [Varro 1938, с. 214–215] и *Murcida* [Varro 1938, с. 144]. *Libentina* Варрон производит от *libido* (влечение), а *Murcida* – от *murtetum* (миртовая роща) или от *urceus* (кувшин). Однако этого недостаточно, чтобы говорить о сочинениях Варрона как о главном источнике христианских авторов по этимологическим вопросам. Правда, Аврелий Августин в начале четвертой книги, фрагменты из которой мы рассматриваем, указывает именно на Варрона как на свой источник информации, упоминая несохранившееся сочинение последнего «Antiquitates rerum divinarum et humanarum» (Древности дел божественных и человеческих) [Августин 1994, с. 178]. Арнобий также сообщает, что, по мнению Варрона,

«боги соответствуют своему имени, т. е. они таковы, какими должны называться сообразно с понятием этого наименования» [Арнобий 2008, с. 332]. Это прямое указание на этимологический метод, используемый Варроном в его сочинениях.

Однако некоторые теонимы у Арнобия отличаются от упомянутых Тертуллианом и Августином. Различные по форме теонимы мы поместили в таблицу 3.

Таблица 3

Различные формы теонимов у христианских авторов

Tertullianus	**Arnobius**	**Augustinus**
	Patellana	Patelana
	Nodutus	Nodotus
	Murcida	Murcia
Praestitia	Praestana	
Orbana	Orbona	

Как видно, разночтения в формах теонимов сводятся к несовпадению одной-двух букв, что при общем оро-акустическом характере образования в античности не может быть серьезным препятствием для определения общего источника информации. Кроме того, следует учитывать тот факт, что текст рукописей труда Арнобия всеми издателями признается сильно испорченным, о чем мы уже упоминали, т. е. разные написания теонимов могли появиться и в результате ошибок переписчиков.

Мнения исследователей по поводу источника Арнобия по этимологическим вопросам сильно расходятся. А. Зитте предлагает в качестве источника информации Арнобия словарь Веррия Флакка / Феста [Sitte 1970, с. 109]. Ф. Туллиус считает, что он пользовался теологической энциклопедией эпохи Флавиев [Tullius 1934, с. 73]. Г. Кеттнер считает главным источником Арнобия сочинение «Libri Indigitamentorum» (Книги Индигитамент), принадлежавшее перу Корнелия Лабеона и до нас не дошедшее [Kettner 1877, с. 17, 30–31]. Ученые отмечают следы первоначального алфавитного порядка перечисления теонимов в четвертой книге Арнобия «Против язычников» [Kettner 1877, с. 17; Sitte

1970, с. 53, 89–90; Tullius 1934, с. 73]. Действительно, большинство теонимов в этом отрывке Арнобия начинаются на L, M, N, O, P (R пропущена), S, T. Однако это перечисление происходит в такой последовательности: P, L, P, T, P, N, P, N, O, N, O, M, L, S, M, P, т. е. о полной алфавитной последовательности говорить не приходится.

Кроме того, есть и другие закономерности в передаче материала Арнобием. Вместе сгруппированы теонимы *Venus*, *Perfica*, *Pertunda*, *Tutunus*. У Августина группу образуют: *Venus*, *Virginiensis*, *Mater Prema*, *Pertunda*; у Тертуллиана – *Mutunus Tutunus*, *Pertunda*, *Subigus*, *Prema Mater*. Причем *Prema Mater* идентична по функциям *Perfica*. По всей видимости, это так называемые *dii nuptiales* (брачные божества), упомянутые Варроном в четырнадцатой книге «Божественных установлений» [Ambrosch 1843, с. 18].

Также у Арнобия вместе сгруппированы *Puta*, *Patellana* / *Patella*, *Nodutis* / *Noduterensis*, *Mellonia*. Они принадлежат к *dii agrestes* (сельскохозяйственным богам), о которых также писал Варрон. *Ossipago* и *Orbona* относятся к *dii praesides puerorum* (богам-покровителям детей) [Арнобий 2008, с. 254]. Такая группировка теонимов по функциям говорит в пользу использования Арнобием именно сочинений Варрона в качестве своего источника.

Заключение

Итак, представляется вполне доказанной версия о заимствовании информации по *numĭna* Тертуллианом, Арнобием и Аврелием Августином из сочинений Марка Терренция Варрона, хотя нельзя сказать прямо или опосредованно. Труды Варрона всегда считались основанными на древней традиции и содержащими заслуживающую доверия информацию по римским древностям. Отсюда вывод: информация христианских апологетов по римскому язычеству восходит к ранней традиции, иногда опосредованно, и является ценным и надежным источником.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ / REFERENCES

Августин Аврелий. О граде Божьем. Т. 1. М.: Издательство Валаамского монастыря, 1994. [Avgustin Avrelij. (1994). O grade Bozh'em. (*About the city of God*). Vol. 1. Moscow: Izdatel'stvo Valaamskogo monastyrya. (In Russ.)].

Арнобий. Против язычников / пер. Н. М. Дроздова. СПб.: Издательство СПб университета, 2008. [Arnobij. (2008). Protiv yazychnikov. (*Against the Gentiles*). St. Petersburg: SPb universiteta. (In Russ.)].

Хорькова И. В. Суффиксация как способ образования теонимов в понтификальных книгах // Индоевропейское языкознание и классическая филология. 2018. № 22. С. 1319–1328. doi.org/10.30842/ielcp230690152298 [Hor'kova, I. V. (2018). Suffixation as a way of forming theonyms in pontifical books. *Indo-European linguistics and classical philology*, 22, 1319–1328. (In Russ.)].

Ambrosch J. A. Über die Religionsbücher der Römer. Bonn: A. Marcus, 1843.

Arnobii. Adversus nations libri septem. Hrsg. von A. Reifferscheid. Vindobonae: Apud C. Geroldi filium bibliopolam Academiae, 1875.

Bailey C. Religion in Vergil. Oxford: Clarendon Press, 1935.

Kettner G. Cornelius Labeo. Ein Beitrag zur Quellenkritik des Arnobius. Naumburg: Kessinger Publishing, 1877.

Sitte A. Mythologische Quellen des Arnobius. Wien, 1970.

Stolz F. Zur Bildung und Erklärung der römischen Indigeten-Namen // Archiv für lateinische Lexikographie und Grammatik mit Einschluss des älteren Mittellateins. 1896, 10. S. 151–175.

Tullius F. Die Quellen des Arnobius im 4, 5 und 6 Buch seiner Schrift Adversus nations. Berlin, 1934.

Usener H. Götternamen. Versuch einer Lehre von der religiösen Begriffsbildung. Frankfurt am Main: Verlag G. Schulte-Bulmke, 1948.

Varro Marcus Terentius. De Lingua Latina. Vol. 1. London: Harvard University Press, 1938.

УДК 821.112.2

Е. И. Зейферт

доктор филологических наук, доцент,
профессор кафедры теоретической и исторической поэтики
Института филологии и истории Российского государственного
гуманитарного университета; e-mail: elena_seifert@list.ru

МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ ЛИТЕРАТУРЫ РОССИЙСКИХ НЕМЦЕВ

Методологической основой исследования российско-немецкой литературы, по мнению автора статьи, являются концепции этнической (этнокультурной) картины мира, национального образа мира, этоса культуры в различных парадигмах; взаимосвязи тем, мотивов и общей структуры в процессе образования жанра; «смещения жанра», «империализма» конструктивного принципа; «памяти жанра»; «жанрового сознания»; «метажанровой общности»; отражения в искусстве коллективных установок как доминирующего начала; семиосферы; национальной литературы как части мировой; этногенеза; структурной устойчивости; диалогической природы искусства; культуры как диалогизирующего фона, контекста для просвечивания особенностей другой культуры; межлитературного диалога и отличия сопоставления и сравнения литератур.

Ключевые слова: литература российских немцев; методологическая база исследования; этническая картина мира; жанр; мотив.

E. I. Seifert

Doctor of Philology (Dr. habil.), Associate Professor,
Professor at the Department of Theoretical and Historical Poetics,
Institute of Philology and History, Russian State University for the Humanities;
e-mail: elena_seifert@list.ru

RESEARCH METHODOLOGY OF LITERATURE OF RUSSIAN GERMANS

The methodological basis for the study of Russian-German literature, according to the author of the article, is the concept of the ethnic (ethno-cultural) picture of the world, the national image of the world, the ethos of culture in various paradigms; the relationship of themes, motives and general structure in the process of genre

formation; “Genre shift”, “imperialism” of the constructive principle; “Memory of the genre”; “Genre consciousness”; “Meta genre community”; reflection in art of collective attitudes as the dominant principle; semiosphere; national literature as part of the world; ethnogenesis; structural stability; the dialogical nature of art; culture as a dialogizing background, a context for enlightening the features of another culture; interliterary dialogue and differences in comparison and comparison of literatures.

Key words: literature of Russian Germans; methodological basis for research; ethnic view of the world; genre; motive.

Введение

Литература российских немцев – малоизученная область литературоведения. Причин тому несколько.

В советское время эта литература замалчивалась, была малодоступна для широкого читателя. Особенности развития российско-немецкой литературы (отдаление от корней и анклавное бытование внутри титульного народа, истребление и подавление писательского контингента в сталинское время), специфика ее восприятия (к печати зачастую допускались не лучшие писатели; книги советских немцев нередко были политически залакированными изданиями; немецкий язык был «репрессированным» языком) способствовали увеличению доли не являющихся первостепенными российско-немецких произведений.

В 1990-е годы в литературной российско-немецкой среде начался еще больший рост «массовой продукции» и любительской поэзии и прозы. (Это явление требует особого внимания: почему, получив свободу, российско-немецкие литераторы не создали ряд выдающихся, стремящихся к классическим произведений?).

Тем не менее достойные художественные произведения у российских немцев, безусловно, есть. Одной из важнейших причин невысокого фундаментального исследовательского интереса к литературе российских немцев, на наш взгляд, является недостаточное разъяснение в научной среде методологической основы её изучения. В 2000-е годы нами был осуществлен комплексный анализ российско-немецкой литературы второй половины XX– начала XXI века. В работах нулевых годов была поставлена задача реконструкции этнической картины мира российских немцев посредством изучения литературных источников в основном периода второй половины XX – начала XXI века, а также привлечения исторических, публицистических, эпистолярных

источников [Зейферт 2008; Зейферт 2009]. Возможность выявления черт этнической картины мира определенного народа с опорой на художественные тексты заявлена в научной теории и убедительно продемонстрирована на практике. Можно говорить о том, что разработана методология изучения литературы российских немцев.

Основная часть

Методологической основой исследования российско-немецкой литературы являются концепции:

– этнической (этнокультурной) картины мира, национального образа мира, этоса культуры в различных парадигмах:
  1) эстетико-философской и литературоведческой (Г. Гачев);
  2) культурологической (К.-Г. Юнг, Л. Леви-Брюлль, Я. Мукаржовский);
  3) психологической (К. Клакхон, Р. Редфилд, В. Вундт, Р. Бенедикт);
  4) лингвистической (В. фон Гумбольдт, Э. Сепир, Б. Уорф, А. Вежбицкая, Ю. Караулов);
  5) психолого-лингвистической (Г. Шпет, В. Бехтерев);

– жанра как «отвердевшего содержания» (Г. Гачев, В. Кожинов), взаимосвязи тем, мотивов и общей структуры в процессе образования жанра (М. Гаспаров), «смещения жанра», «империализма» конструктивного принципа (Ю. Тынянов), «памяти жанра» (М. Бахтина), «жанрового сознания» (О. Зырянов), «метажанровой общности» (Р. Спивак, С. Ермоленко);

– отражения в искусстве коллективных установок как доминирующего начала (Х. Ортега-и-Гассет);

– семиосферы (Ю. Лотман и московско-тартуская школа);

– национальной литературы как части мировой (И.-В. Гёте);

– этногенеза (Л. Гумилёв);

– структурной устойчивости (И. Пригожин, И. Стенгерс);

– диалогической природы искусства (М. Бубер, М. Бахтин);

– историко-генетических, историко-типологических сближений и культурных взаимодействий (В. Жирмунский);

– культуры как диалогизирующего фона, контекста для просвечивания особенностей другой культуры (М. Бахтин, В. Аминева);

– межлитературного диалога и отличия сопоставления и сравнения литератур (Я. Сафиуллин).

Исследователю литературы российских немцев важно использовать структурно-описательный, структурно-типологический, историко-типологический, сравнительно-исторический и статистический методы исследования, знать механизм и методику изучения взаимодействия стилевых, родовых, жанровых и этнических процессов и элементов.

Жанровые концепции. Руководствуясь концепцией жанра как «отвердевшего содержания» (Г. Гачев, В. Кожинов), «смещения жанра», «империализма» конструктивного принципа (Ю. Тынянов), «памяти жанра» (М. Бахтина), «жанрового сознания» (О. Зырянов), «метажанровой общности» (Р. Спивак, С. Ермоленко); исследователь литературы российских немцев имеет возможность:

1) обратить особенное внимание на умение жанра сохранять эстетико-философскую память эпохи и исследовать способность жанра к самодвижению;

2) акцентировать внимание на органическом сходстве жанра и этнической картины мира как умозрительных категорий и способности жанра отражать фрагмент бытия, выдавая его за целый художественный мир, те или иные компоненты этнической картины мира;

3) дополнить сведения по жанровому репертуару литературы российских немцев;

4) проследить прямую связь между историческими событиями и теми или иными жанровыми вспышками и проанализировать искаженное развитие жанрового поля, возникшее вследстие деформации российско-немецкой литературы, а именно жанровую инерцию, порционное диахронное введение жанров в литературу российских немцев после их депортации, различную скорость развития литературных явлений;

5) учесть диалектические особенности жанра как над- и интерэтнической и одновременно национально обусловленной категории;

6) выявить метажанровые общности в российско-немецкой литературе, во многом базирующиеся на критерии этнических устремлений российских немцев как способе конструирования образа исторического мироощущения этноса;

7) обнаружить и исследовать новые, специфические для литературы российских немцев жанры и жанровые формы;

8) рассмотреть жанровые процессы и продукты, возникшие вследствие повышенной активности массовых российско-немецких литераторов.

Концепции мотивного поля. Опираясь на взаимосвязь тем, мотивов и общей структуры в процессе образования жанра (М. Гаспаров), учёный учитывает и специфику литературы российских немцев, которую отличают сложное ментальное мироощущение и специфические комплексы тем, образов и мотивов – изображение депортации, трудармии, войны, эмиграции.

Здесь важно осознать индикаторы:

1) чем больше литература российских немцев освобождается от болезненных для нее исторических мотивов и приходит к общечеловеческим, тем на более здоровом и развитом уровне она находится;
2) чем выше уровень таланта писателя, тем на более скрытые, глубинные уровни произведения он погружает национальную тематику, работая с инструментами парадигм и категорий.

Исследователю российско-немецкой литературы важно учитывать, что тематический уровень произведения – наиболее поверхностный и текучий слой, он подобен ткани, наброшенной на скульптуру произведения. Нужно как раз иметь в виду и анализировать связь тем, образов и мотивов с уровнями и элементами, пронизывающими всё произведение. Так, тематическую ткань произведений российских немцев рекомендуется изучать парадигмально – через основные элементы этнической картины мира (осознание окруженности своего чужим, бытование внутри другого, стремление к автономности, приоритет статики над динамикой, ощущение «нигде на родине» или «везде на родине», генетический страх перед изгнанием, состояние постоянной уязвимости, страх быть заметнее других, повышенный интерес к растительной символике (слабые растения, растения без корней), обостренное желание законного отношения к родному этносу, стремление подчеркнуть своеобразие родного этноса, стремление к интеграции внутри своего этноса) и основные национальные ключевые понятия российских немцев (*das Heim* / *die Heimat* / (*родной*) *дом* / *Родина*, *die Angst* / *страх* (из-за уязвимости), *der Weg* / *путь*, *die Verbannung* / *изгнание*, *das Recht*, *die Gerechtigkeit* / *право*, *справедливость*, *die Hoffnung* / *надежда*). Темы, образы и мотивы важно изучать в контексте пространственно-временной и субъектно-объектной организации произведения, а также ритмической, в том числе интонационно-синтаксической системы.

Ученый, исследующий литературу российских немцев, может изучить тематические предпочтения жанров и жанровых форм, присущих ей.

Концепция семиосферы. Изучение российско-немецкой литературы как субсемиосферы в свете учения Ю. Лотмана о семиосфере позволяет видеть и прогнозировать многие характерные для нее процессы и признаки [Лотман 2004]. Семиосфера, понятие, используемое Ю. Лотманом по аналогии с биосферой и ноосферой В. Вернадского и подхваченное в трудах других исследователей [Гаспаров 1989; Чередниченко 2001; Махлина 2000; Почепцов 2003; Иванов 2002; Культура 2003; Зенкин 2002], пространство культуры, многоуровневая, неоднородная система систем, пронизанная границами, соединяющими и разделяющими различные культурные языки, «не есть сумма отдельных языков, а представляет собой условие их существования и работы, в определённом отношении предшествует им и постоянно взаимодействует с ними» [Лотман 2004, с. 250].

Рассматривая литературу российских немцев как субсемиосферу, периферийное положение российско-немецкой литературы, пограничность, пребывание на стадии пассивного насыщения, готовность к самоописанию, исследователь может опираться на определенные законы семиосферы. Первая попытка разъяснения этих принципов в контексте литературы российских немцев была предпринята мною в монографии [Зейферт 2009, с. 95–114]. Имеются большие перспективы в продолжении и развитии данных суждений и создании ряда локальных исследований.

Концепции историко-генетических, историко-типологических сближений и культурных взаимодействий; межлитературного диалога и диалогических отношений. В. Жирмунский говорит о трех основных типах сравнительных сближений – историко-генетическом, при котором имеют место быть «сходные явления как результат их родства по происхождению и последующих исторически обусловленных расхождений», и историко-типологическом, показывающем «сходство генетически между собою не связанных явлений сходными условиями общественного развития», а также культурных взаимодействиях, обусловленных «исторической близостью данных народов и предпосылками их общественного развития» [Жирмунский 1960]. Жирмунский – значимый лингвист и литературовед: он считает, что

история языка применяет по преимуществу историко-генетический метод, а история литературы – историко-типологический.

Однако в случае с литературой российских немцев возникает особая ситуация, но связана она как раз и с общим (немецким) языком двух явлений – германской литературы и литературы российских немцев. Последняя отпочковалась от первой, но затем они развивались вполне изолированно, что было усилено анклавным бытованием литературы российских немцев, особенно в тоталитарном советском обществе. Будучи прямым источником литературы российских немцев, ее материнским лоном, литература Германии на ее новых этапах уже не была обстоятельно знакома большей части писателей – российских немцев; диалекты российских немцев и инвариант их немецкого языка также приобрели анклавные отличия от немецкого языка в Германии и его диалектов. Российско-немецкие лирические, эпические и драматические произведения XX века не похожи на современные им германские явления, поскольку более консервативны, жанрово инертны, демонстративно ориентируются на классические образцы. При компаративном исследовании германской и российско-немецкой литератур важно обнаружить точку отделения последней от первой, а затем изучать всё более расходящиеся друг от друга направления, несколько сблизившиеся в 1990–2010-х годах при расшатывании советской системы и массовой эмиграции российских немцев в Германию в корреляции с имеющейся герметичностью российско-немецкой литературной группы. Генетическое родство и явное расхождение двух литератур – великой и малой – интересны как в фундаментальном, так и в локальных исследованиях.

Отношения российско-немецкой и русской литератур – также историко-генетические, потому что литература российских немцев развивается как субкультура в контексте культуры титульной нации России, происходят постоянные контакты писателей и произведений, российские немцы обрели русский как второй язык творчества.

Историко-типологические сближения – предмет сравнения российско-немецкой литературы с рядом литератур стран СНГ и России, генетически не соприкасающихся с литературой российских немцев (речь идет о контингенте писателей, не проживающих на этих территориях). Безусловно, если автор активно взаимодействует с литературой коренного народа, как, к примеру, казахско-русско-немецкий писатель

Г. Бельгер (1934–2015), его творчество мы анализируем в историко-генетическом казахстанском контексте, учитывая все три языка его творчества. Историко-типологические сближения наблюдаются и при сопоставлении литературы российских немцев с европейскими, американскими, восточными и другими литературами. Безусловно, среди этих литератур есть те, которые демонстрируют заметные следы культурных взаимодействий: венгерская – из-за вынужденного кочевья мадьяр, австрийская – из-за наличия других литератур на немецком языке и др.

Тезисы работ В. Жирмунского «обновлены» трудами современных авторов – изучением интертекстуальных отсылок А. Жолковским, вкладом в сравнительное литературоведение И. Смирнова, В. Миловидова и других ученых.

Принимая во внимание свойства культуры как диалогизирующего фона, контекста для просвечивания особенностей другой культуры (М. Бахтин, В. Аминева) и отличие сопоставительного и сравнительного методов изучения литератур (Я. Сафиуллин), важно увидеть контактно-генетические связи, типологические схождения и межлитературный диалог, освещающие литературу российских немцев в полиокулярной оптике.

На беглый взгляд, типологические схождения здесь наименее информативны. Но это не так. Словацкий литературовед Д. Дюришин разделяет типологические схождения на общественно-типологические, литературно-типологические и психолого-типологические [Дюришин 1979, с. 174–178]. Несмотря на несомненное устаревание учения Д. Дюришина в контексте стремительного самодвижения литературных феноменов и их интертекстуального опыления, показанные им параллели остаются вполне продуктивными и позволяют делать прогнозы. Авторской русской литературе больше трёх столетий, литературе российских немцев, по двум версиям, либо около ста (если опираться на мнение, что российские немцы как своеобразный этнос возникли после депортации в 1941 году, и охватить предвоенный период, показывающий аутентичность российско-немецкой культуры в Республике немцев Поволжья) или более 250 лет, если вести линию российско-немецкой литературы от Екатерины II и Фонвизина (менее убедительная версия, часто не демонстрирующая особую идентичность российско-немецкой литературы, относящая к литературе

российских немцев, внесший серьезный вклад в развитие русской словесности). Почему русская литература дала каскад гениев в XIX столетии, стремительно став великой и начав влиять на «старшие» литературы, а литература российских немцев пока не плодоносит вершинными именами? Обратим внимание на факты политических репрессий. К примеру, участие русских писателей в восстании декабристов в 1825 году (Рылеев казнен, Кюхельбекер арестован) стало одной из весомых причин невозникновения жанра русской романтической трагедии. Очевидно, что большому числу произведений, жанров и авторов не суждено было появиться в российско-немецкой литературе в связи со сталинскими репрессиями. Осознание их масштаба позволяет предположить довольно продолжительное время восстановления российско-немецкой литературы, искалеченной в столь юном возрасте, к тому же в контексте ее длительной оторванности от полного комплекса питающих истоков. Сталинские репрессии, безусловно, серьезно травмировали и великую русскую литературу, но ко времени этих перипетий она была зрелой, пережила ряд мощных этапов своего становления и обладала бесценным неотменяемым наследием.

«Диалог возможен там, где существуют различия (несходства) в литературах, которые в него вступают <…>. Различие укоренено в национальной идентичности отдельно взятой литературы и демонстрирует ее уникальность. <…> Межлитературный диалог – столкновение различий» [Сафиуллин 2010, с. 92]. Говоря о типах диалогических отношений между национальными литературами [Аминева 2010], можно увидеть особенности российско-немецкой литературы, невидимые при некомпаративном исследовании. Межлитературный диалог, по Я. Сафиуллину, не имеет временных и пространственных границ: литературу российских немцев в компаративном ключе можно исследовать диахронически. Важно это делать в отношениях взаимной дополнительности литератур, жанров, приемов.

Я. Сафиуллин предлагает различать сравнительно-исторический метод исследования и сопоставление литератур [Сафиуллин 2010]. В. Аминева выделяет четыре наиболее значимых типа диалогических отношений: *свое*, противопоставленное *чужому*; *свое*, полемизирующее с *чужим*; *свое* как переструктурированное *чужое*; *свое*, сходное с *чужим* [Аминева 2010, с. 14]. Судьба литературы российских немцев осложнена: поначалу долгое время она находится в позиции

«вненаходимости» по отношению к литературе Германии, она анклавна рядом с русской литературой, после потока эмиграции российских немцев в Германию в 1990–2010 годах эти полюса частично меняются. Анкалвность литературы российских немцев смягчает влияние русской и немецкой литератур, в то же время позволяя им оставаться полноправными «другими» субъектами рядом с ней. Диалогизирующим фоном для изучения литературы российских немцев становятся литература Германии, русская литература, литературы народов РФ и стран СНГ и другие литературы. При погружении российско-немецкой литературы в их контекст обнаруживаются ее признаки и свойства, ранее незаметные исследователю.

Заключение

Разъяснение методологии изучения литературы российских немцев требует дальнейшего описания. Исследование литературы российских немцев – многоаспектное и полиокулярное дело представителей литературоведения (во взаимодействии с лингвистами, эстетиками, философами, культурологами, психологами, политологами, историками). Одновременно анализируя творчество сотен российско-немецких писателей, исследователь может рассмотреть их и как единый объект благодаря специфике их общей судьбы. Методологическая база исследования российско-немецкой литературы позволяет ученому анализировать объект и предмет исследования объективно, оптически верно, сочетая научную традицию и инновацию.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ / REFERENCES

Аминева В. Р. Типы диалогических отношений между национальными литературами (на материале произведений русских писателей второй половины XIX в. и татарских прозаиков первой трети XX в.). Казань: Казан. гос. ун-т, 2010. [Amineva, V. R. (2010). Tipy dialogicheskikh otnosheniy mezhdu natsionalnymi literaturami (na materiale proizvedeniy russkikh pisateley vtoroy poloviny XX v. i tatarskikh prozaikov pervoy treti XX v.). (*Types of Dialogical Relations between National Literatures* (*based on the works by Russians writers of the second half the 20th century and by Tatar prose writers of the first third of the 20th century*)). Kazan: Kazan State University. (In Russ.)].

Аминева В. Р. Типы диалогических отношений между национальными литературами (на материале произведений русских писателей второй

половины XIX в. и татарских прозаиков первой трети XX в.): дис. … д-ра филол. наук. Казань: Казан. гос. ун-т, 2010. [Amineva, V. R. (2010). Tipy dialogicheskikh otnosheniy mezhdu natsionalnymi literaturami (na materiale proizvedeniy russkikh pisateley vtoroy poloviny XX v. i tatarskikh prozaikov pervoy treti XX v.). (*Types of Dialogical Relations between National Literatures* (*based on the works by Russians writers of the second half the 20th century and by Tatar prose writers of the first third of the 20th century*): Senior Doctorate in Philology. Kazan : Kazan State University. (In Russ.)].

Гаспаров Б. М. Тартуская школа 1960-х годов как семиотический феномен // Венский альманах славистики. 1989. Т. 23. С. 64–70. [Gasparov, B. (1989). Tartuskaya shkola 1960-kh godov kak semioticheskiy fenomen. (The Tartu School of the 1960s as a Semiotic Phenomenon). *Wiener Slawistischer Almanach*, *23*, 64–70. (In Russ.)].

Дюришин Д. Теория сравнительного изучения литературы / пер. со словацк. Ю. В. Богданова. М.: Прогресс, 1979. [Dyurishin, D. (1979). Teoriya sravnitelnogo izucheniya literatury (Theory of Comparative Literature Study). Per. so slovatsk. Yu. V. Bogdanova. Moscow: Progress. (In Russ.)].

Жирмунский В. М. Исследования по славянскому литературоведению и фольклористике. М.: Наука, 1960. С. 252–254. [Zhirmunskij, V. M. (1960). Issledovaniya po slavyanskomu literaturovedeniyu i fol'kloristike. (*Research on Slavic Literature and Folklore Studies*) (pp. 252–254.). Moscow: Nauka. (In Russ.)].

Зейферт Е. И. Жанровые процессы в поэзии российских немцев второй половины XX – начала XXI вв.: дис. … д-ра филол. наук. Караганда, 2008. [Zeyfert, E. I. (2008). Zhanrovye processy v poezii rossijskih nemcev vtoroj poloviny XX – nachala XXI vv. (*Genre processes in the poetry of Russian Germans of the second half of the 20th – the beginning of the 21st centuries*): Senior Doctorate in Philology. Karaganda. (In Russ.)].

Зейферт Е. И. Жанр и этническая картина мира в поэзии российских немцев второй половины XX – начала XXI вв. Лаге: BMV Verlag Robert Burau, 2009. [Zeyfert, E. I. (2009). *Genre and ethnic view of the world in the poetry of Russian Germans of the second half of the 20th – the beginning of the 21st centuries*. Lage: BMV Verlag Robert Burau. (In Russ.)].

Зенкин С. Н. Бой с тенью Лотмана: Заметки о теории // Новое литературное обозрение. № 53. М., 2002. С. 340–347. [Zenkin, S. (2002). Boy s tenyu Lotmana: Zametki o teorii. (Lotman's Shadow Fight: Notes on Theory). *Novoye literaturnoye obozreniye, 53*, 340–347. Moscow. (In Russ.)].

Иванов Н. В. Символическая функция языка в аспектах семиогенеза и семиозиса: автореф. дис. … д-ра филол. наук. М., 2002. [Ivanov, N. V. (2002). Simvolicheskaya funktsiya yazyka v aspektakh semiogeneza i semiozisa (*The symbolic function of language in the aspects of semiotic genesis and semiosis*): abstract of Senior Doctorate in Philology. Moscow. (In Russ.)].

Культура: семиотика, феноменология, телеология / Редкол. В. Лебедев, В. Савельев. Тверь: ГЕРС, 2003. [Lebedev, V., Savelyev, V. (eds.). (2003). Kultura: semiotika. fenomenologiya. teleologiya. (*Culture: semiotics, phenomenology, teleology*). Tver: GERS. (In Russ.)].

Лотман Ю. М. Семиосфера. Культура и взрыв. Внутри мыслящих миров. Статьи. Исследования. Заметки. СПб : Искусство-СПБ, 2004. [Lotman, Yu. M. (2004). Semiosfera. Kul'tura i vzryv. Vnutri myslyashchih mirov. Stat'i. Issledovaniya. Zametki (Semiosphere. Culture and explosion. Inside the thinking worlds. Articles. Researches. Notes.). St. Petersburg.: Iskusstvo-SPB. (In Russ.)].

Махлина С. Т. Семиотика культуры и искусства. Опыт энциклопедического словаря. СПб : Большая энциклопедия, 2000. [Makhlina, S. T. (2000). Semiotika kultury i iskusstva. Opyt entsiklopedicheskogo slovarya. (*Semiotics of Culture and Art*). St. Petersburg. (In Russ.)].

Почепцов Г. Г. Семиотика. М.: РГБ, 2003. [Pocheptsov, G. G. Semiotika. (Semiotics). Moscow: RGB. (In Russ.)].

Сафиуллин Я. Г. О межлитературном диалоге // Проблемы сравнительного и сопоставительного литературоведения Поволжья: сб. науч. ст. Чебоксары: Чуваш. кн. изд-во, 2010. С. 92–95. [Safiullin, Ya. G. (2010). O mezhliteraturnom dialoge (On the inter-literary dialogue). In *Problemy sravnitelnogo i sopostavitelnogo literaturovedeniya Povolzhia* (pp. 92–95). Cheboksary: Chuvash kn. izd-vo. (In Russ.)].

Сафиуллин Я. Г. Сравнительно-исторический метод. Сопоставление литератур // Теория литературы. Словарь для студентов, специализирующихся по сравнительной и сопоставительной филологии. Казань: Казанский ун-т, 2010. С. 97–99. [Safiullin, Ya. G. (2010). Sravnitelno-istoricheskiy metod. Sopostavleniye literatur. (Comparative and historical method. Comparison of literatures). T*eoriya literatury. Slovar dlya studentov, spetsializiruyushchikhsya po sravnitelnoy i sopostavitelnoy filologii* (pp. 97–99). Kazan: Kazan State University. (In Russ.)].

Чередниченко И.В. Структурно-семиотический метод тартуской школы. СПб: Золотой век, 2001. [Cherednichenko, I.V. (2001). Strukturno-semioticheskiy metod tartuskoy shkoly (*Structural and semiotic method of the Tartu school*). St. Petersburg: Zolotoy vek (In Russ.)].

УДК 82-1

Е. В. Лозинская

старший научный сотрудник отдела литературоведения
Института научной информации по общественным наукам РАН;
e-mail: jane.lozinsky@gmail.com

МЕЖДУ ПОЭТИКОЙ И РИТОРИКОЙ: ТЕОРИЯ НОВЕЛЛЫ В ЭПОХУ ЧИНКВЕЧЕНТО

Итальянская теория словесного творчества во второй половине XVI века формировалась на основе рецепции заново открытой «Поэтики» Аристотеля, однако ассимилируя в себя риторические концепции и подходы к тексту. Этот процесс демонстрируется на материале двух итальянских текстов о теории новеллы. Показано, что взаимопроникновение поэтики и риторики вело к созданию нового представления о поэтическом (художественном) тексте, в некоторых своих чертах предвосхищающего теорию литературы Нового времени.

Ключевые слова: новелла; поэтика; риторика; подражание; поэзия; жанр; Франческо Бончиани «Лекция о том, как слагать новеллы»; Джироламо Баргальи «Диалог об играх, принятых на вечерах у сиенцев».

E. V. Lozinskaya

Senior Researcher, Department of Literary Critics,
Institute of Scientific Information for Social Sciences
of the Russian Academy of Sciences; e-mail: jane.lozinsky@gmail.com

BETWEEN POETICS AND RHETORIC: THE THEORIES OF NOVELLA IN THE ITALIAN CINQUECENTO

In the second half of the 16th century Italian theory of poetry was shaped by the reception of the recently rediscovered Aristotles *Poetics*, while retaining and assimilating rhetorical concepts and approaches to the text. This process is demonstrated on the material of the two Italian texts on the theory of novella. It is shown that the fusion of poetics and rhetoric led to the creation of a new concept of a poetic (literary) text, which in some of its aspects anticipate the theory of literature of the modern times.

Key words: novella; poetics; rhetoric; imitation; poetry; genre; Francesco Bonciani «Lezione sopra il comporre delle novelle»; Girolamo Bargagli «Dialogo de' giuochi che nelle vegghie sanesi si usano di fare».

Введение

Вторую половину XVI века недаром называют «веком критики» [Hathaway 1962]: это время интенсивного осмысления не только сущности поэзии, но и частных вопросов о внутреннем устройстве

CC BY

произведения, о его воздействии на читателя, о системе жанров и т. п. (Следует сразу оговорить, что слово *поэзия* мы используем в том значении, которое оно имело в XVI веке, т. е. не для обозначения стихотворных и тем более лирических произведений, а как аналог современного выражения *художественная литература*). Повышенный интерес к теоретико-литературным вопросам во многом стал следствием того, что к тому времени в кругозор итальянских интеллектуалов наконец вошла «Поэтика» Аристотеля, с которой до того они были практически не знакомы. В латинском переводе Лоренцо Валлы она была опубликована в 1498 году, ее греческий текст напечатал Альдо Мануций в 1508 году, а ближе к середине и концу столетия были созданы ее переводы на итальянский язык (первый принадлежал Б. Сеньи, 1549), новые – на латынь, а также множество комментариев [Weinberg 1961]. Однако это широкое знакомство итальянских теоретиков с «Поэтикой» протекало на фоне уже существующей традиции, опиравшейся по большей части на «Искусство поэзии» Горация и риторические теории, в первую очередь Квинтилиана, а также средневековые *artes dictaminis*, *artes praedicandi* и т. п. Один из ранних исследователей истории итальянской поэтологической мысли М. Т. Херрик назвал этот ее этап «сплавом горацианской и аристотелевской критики» [Herrick 1946]. Разницу между двумя установками сформулировал выдающийся исследователь «Поэтики» и ее позднейшей рецепции С. Халлиуэл: Аристотеля «прежде всего интересовала внутренняя или формальная структура поэтического произведения» – в противоположность «риторико-горацианской тенденции помещать ключевые характеристики поэмы в сферу ее воздействия на читателя или аудиторию» [Halliwell 1986, с. 296]. М. Л. Гаспаров выделял еще одну черту риторики: она зародилась как искусство прозы и главное внимание уделяла вопросам стиля [Гаспаров 1994]. Вместе с тем он отметил продуктивность риторики в анализе художественного, не ораторского слова и указал на то, что создание нормативной поэтики в Средние века стало следствием «перенесения риторических понятий с красноречия на поэзию» [Гаспаров 1997, с. 607]. Теоретические достижения Чинквеченто принято представлять как движение в обратную сторону – от риторико-горацианской концепции поэзии к первоначальному восприятию «Поэтики» в привычных терминах, а затем – к постижению аутентичной мысли Стагирита. Возможно,

однако, что ситуация была сложнее: все глубже и точнее понимая Аристотеля, теоретики XVI века естественным образом вплетали риторические категории и установки в поэтологическую концепцию и продвигались от теории поэзии к теории литературы, для рассмотрения различных сторон которой (например, прагматики речевого акта и внутренней структуры текста) им требовалось наследие обеих дисциплин.

На развитие теоретической мысли Чинквеченто повлияла и сама итальянская литература, породившая множество новых форм, не существовавших в Античности или не принадлежавших к области «поэзии», как она тогда понималась. Критикам требовалось теоретически осмыслить эти формы и каким-либо образом согласовать с «Поэтикой» или, наоборот, переосмыслить «Поэтику» таким образом, чтобы согласовать ее идеи с живой литературной действительностью. Критическая мысль в ту эпоху постепенно переориентировалась «от стиля к жанру» [Андреев 1994], и поэтому особый интерес представляют трактаты о новых жанровых формах, а в контексте взаимопроникновения риторических и поэтологических концепций – теоретические работы о новелле. Последнее во многом определяется тем, что новелла как жанр располагается на пересечении литературы и других видов словесной коммуникации. В ренессансной новеллистике одним из элементов текста нередко является описание конкретных контекстов, в которых рассказываются новеллы. А для эпохи Чинквеченто рамка «Декамерона» – это не только литературный прием, но и отражение реальной практики, которую современные ей теоретики, следуя характерной для того время прескриптивной установке [Weinberg 1961], считали необходимым кодифицировать. В то же время новелла – это и письменный «литературный» жанр, и как таковой она тоже подлежала кодификации.

В XVI веке было создано два сравнительно крупных текста о теории новеллы «Лекция о том, как слагать новеллы» (1574) Франческо Бончани, члена флорентийской Академии дельи Альтерати, и завершающие страницы «Диалога об играх, принятых на вечерах у сиенцев» (1572) Джироламо Баргальи, входившего в сиенскую Академию дельи Интронати. Эти произведения, в целом неоднократно проанализированные в научной литературе [Стаф 2019; Alfano 2002; Ordine 2009; Vega Ramos 1992], представляют интерес как свидетельство

взаимопроникновения аристотелевской и риторической тенденции в теоретико-литературной мысли. Традиционно совместно с ними анализируется также небольшой отрывок из пролога Франческо Сансовино к четвертому изданию сборника «Сто новелл, выбранных из самых благородных авторов на народном языке» (1571). Однако этот текст весьма краток и строго выдержан в «горацианско-риторическом» духе, поэтому для обсуждаемой в статье проблемы не представляет особого интереса.

Новелла как предмет поэтики и новелла как социальная и риторическая практика

Исходные предпосылки у двух теоретиков новеллы, казалось бы, противоположные. Текст Баргальи завершает многостраничное описание реально практиковавшихся в кругу сиенских академиков игр и развлечений (преимущественно дискурсивного характера), но при этом весьма сильно отличается от предшествующего изложения, представляя собой комплекс практических рекомендаций для рассказывающих новеллы. Лекция Бончани выстроена как попытка теоретического описания новеллы в соответствии с «Поэтикой».

Первый вопрос, который встает перед опирающимся на Аристотеля критиком эпохи Чинквеченто, обратившим внимание на новые жанры: а являются ли они вообще поэзией? Такой вопрос задавался даже о «Комедии» Данте, и ответ на него был не всегда положительным [Weinberg 1961, с. 832–834]. Новеллистика в целом и «Декамерон» как ее образец не обладали таким авторитетом, как Алигьери и его творение, а кроме того, создавались в прозе, поэтому сомнения в их принадлежности к поэзии были легко объяснимы.

Ключевым концептом ренессансных теорий, опирающихся на «Поэтику», было *подражание* – воссоздание изобразительными средствами некоторых объектов, существующих в реальности или человеческом сознании (действий, людей, страстей, вещей, всего сущего). Именно наличие подражания отделяло *поэзию* от других разновидностей словесности. У Джироламо Баргальи термин *подражание* в поэтологическом значении практически не встречается. Кроме того, как отмечает И. К. Стаф, «новелла для Баргальи – это прежде всего устный рассказ» [Стаф 2019, с. 18]. Для обозначения деятельности новеллиста, помимо очевидного *novellare*, Баргальи использует слова

raccontare (рассказывать), *dire* (произнести), в то время как Бончани – *comporre* (слагать), *imitare* (подражать), отсылающие к деятельности поэта, а не рассказчика. И в целом для Бончани *подражание* – важнейший термин: он, отвлекаясь на время от теории новеллы, уделяет место рассуждению о том, какие смыслы в это слово могут вкладываться, и о том, что все поэтические произведения представляют собой *imitazione* [Bonciani 1982, с. 145–146]. И новеллу он определяет по-аристотелевски, переиначивая знаменитое определение трагедии: «Новеллы суть подражание единому законченному низкому действию в комическом духе, умеренного объема, в прозе, посредством повествования порождающее веселье»[1] [Bonciani 1972, с. 145].

Однако Аристотель называл в качестве одного из средств подражания в поэзии метр, и, хотя он указывал на его использование не только поэтами, из «Поэтики» все же невозможно сделать вывод, что поэзия допускает и отсутствие метра. И в XVI веке многие теоретики исходили из того, что подражание – это не единственная сущностная черта поэзии, и другой, также необходимой, является все-таки метр (стих).

Бончани занимает в этом вопросе особую позицию: он признает, что ни одно из упомянутых Аристотелем средств подражания не подобает новелле, она использует иное – «прозу, которая есть один из видов речи» [там же, с. 139], и поэтому к трем аристотелевским инструментам подражания следует добавить четвертый. Однако это не делает новеллу одной из разновидностей поэзии. «Не отличаясь от поэтических произведений ни в том, каким действиям они подражают, ни по способу подражания, новеллы» используют иное средство, а в поэтическом произведении должно искать «не только подобающий ему предмет, но и соответствующее средство», пусть даже первый важнее, по словам самого Аристотеля [там же, с. 143–144]. Итак, новелла не поэзия, лишь входит в общий с ней род. Тем не менее на протяжении всей лекции Бончани применяет к ней поэтологические категории (фабула, ее объем и части, характеры, мысль и речь), тем самым уподобляя «poemata».

Бончани хоть и ставит вопрос о воздействии новелл на аудиторию, мыслит ее абстрактно, никак не конкретизируя потенциального

[1] Зд. и далее перевод наш. – *Е. Л.*

читателя, что вполне соответствует установкам «Поэтики», в которой «прагматический аспект не получает подробной разработки» [Гаспаров 1994, с. 138]. У Баргальи, напротив, новелла помещается в живую коммуникативную ситуацию, в которой слушатели имеют вполне определенные характеристики, а сама новелла рассказывается в определенный момент времени. Он, например, советует новеллисту принимать во внимание, какую новеллу рассказали до него, и выбирать для своей тот же самый или противоположный предмет [Bargagli 1982, с. 217]. И, хотя, по мнению Баргальи, в новеллах допустимы любые разновидности характеров – средние, высокие, низкие, рассказчик должен учитывать обстоятельства: «...если наша новелла должна быть рассказана в большом благородном собрании, где присутствует множество дам, уместно будет рассказать ее о возвышенных деяниях и как имевшую место среди лиц высокого положения, когда же мы должны быть выслушаны близкими людьми и в узком кругу, обыденные и приятные события кажутся более подходящими» [там же, с. 221]. В целом его установка, скорее, «риторична», однако следует обратить внимание на то, что используемые им категории (характеры, тип действия) принадлежат также и области поэтики.

Цель новеллы

Оба автора сходятся на том, что цель новеллы – возбуждение некоторых радостных чувств, веселья. Бончани говорит о *letizia* и *riso*, традиционных аналогах *страха* и *жалости*, только для комедии (их, в частности, использует Ф. Робортелло в своем комментарии к Аристотелю). Баргальи называет жанровой целью *letizia* и *allegrezza*. Источники и специфика комического в новелле, согласно теориям Баргальи и Бончани, детальным образом проанализированы в работе Н. Ордине [Ordine, 2009]. Обратим внимание только на один момент: «Декамерон», в котором важное место занимают трагические новеллы, не вписывается в эту концепцию целевой причины жанра. Кроме того, по Бончани, героями новеллистики должны быть люди среднего положения, поскольку над великими мира сего смеяться не следует, а истории о совсем низких и грубых персонажах не могут вызвать *letizia* (чистое, невинное веселье). Однако в «Декамероне», который Бончани считает жанровым образцом, есть рассказы про королей или герцогов, а также весьма скабрезные новеллы. И. К. Стаф видит

в этом признак того, что Бончани «не слишком удачно справляется» «со своей нелегкой задачей» встроить новеллу в аристотелевский канон и его лекция «изобилует противоречиями» [Стаф 2019, с. 20]. На наш взгляд, при действительно имеющей место некоторой «путаности» текста Баргальи, он довольно отчетливо заявляет, что действие может быть «или благородным и возвышенным или низким и смешным», и «новеллы подражают им всем без ограничений», поэтому их следует разделить на два вида [Bonciani 1972, с. 145]. Хотя «при своем зарождении новелла была только комической», «Боккаччо по высоте своего гения этим не удовлетворился» и включил в подобающий новелле предмет подражания возвышенные действия [там же, с. 143]. Однако Аристотель «исчерпывающим образом разобрал героические и трагические фабулы, подобающие серьезным новеллам» [там же, с. 145], поэтому сам Бончани намеренно ограничивается рассмотрением комических. На наш взгляд, в этом решении можно увидеть не столько противоречивость концепции Бончани, сколько общую для XVI века тенденцию к утверждению допустимости сочетания трагического (героического, возвышенного) и комического в рамках одного жанра или даже текста (выразившуюся также в дискуссиях о трагикомедии, о *romanzi*, о «Комедии» Данте). Бончани использует категориальный аппарат «Поэтики», но при этом делает шаг в сторону от ее имплицитного жесткого жанрового противопоставления, расширяет теорию в пользу живой литературной практики.

У Баргальи проблема трагических фабул решается проще: он такие новеллы не одобряет и прямо об этом пишет [Bargagli 1982, с. 221]. Но почему же Боккаччо отдал им целый четвертый день? Это сделано, чтобы умерить веселье, продолжавшееся уже несколько дней. «Людям необходимо время от времени и горевать, и веселиться, чтобы очищать наши души от определенных страстей, которые в них преобладают» [там же, с. 222]. В этом замечании отчетливо заметно влияние аллопатической теории катарсиса (подробнее о ней см., например: [Hathaway 1962]), имеющей прямое отношение к поэтике, а не к риторическим практикам. Вместе с тем Баргальи говорит о персонажах рамки Декамерона как о живых людях, рамка для него не литературный прием, а один из возможных образцов для реального времяпрепровождения. И это подчеркнуто последующими

замечаниями: во-первых, если новеллы рассказывают в течение одного дня или вечера, подобный довод теряет важность; во-вторых, печальные истории о любви уместно рассказывать дамам, поскольку им следует блюсти себя [Bargagli 1982]. Цели мужчин другие: им, напротив, надо женщин не только развлечь, но и подвигнуть к любовным утехам, а под впечатлением от печальных новелл дамы начнут избегать путей любви. Поэтому мужчинам лучше рассказывать о примерах доблести, верности, постоянства, и желательно, чтобы в новеллах действовали лица благородные и знатные [там же, с. 223]. По сути дела, для Баргальи цель имеется не у новеллы как жанра, а у акта ее рассказывания. Поэтологическая (катарсис) и риторическая концепции прагматики новеллистического текста переплетаются в рамках одного небольшого отрывка.

Новелла и смежные жанры

Бончани сопоставляет новеллу в первую очередь с классической триадой – комедией, трагедией, эпической поэмой. Может возникнуть впечатление, что он как бы заполняет пустую четвертую клетку в таблице жанров, делая новеллу нарративным аналогом комедии (пример такого толкования см. в: [Vega Ramos 1992]). Однако при детальном рассмотрении «Лекции» вырисовывается более сложная картина. Как уже отмечалось, человеческие действия (предмет подражания) в новелле могут быть такими же, как в любом из этих жанров. Кроме того, хотя с эпической поэмой новеллы объединяет смешанный способ подражания, объем ее действия скорее соответствует тому, который подобает трагедии или комедии. Вместе с тем структура новеллы отличается от комедийной: ее фабула излагается последовательно – от начала до конца, в то время как комедия может начинаться «почти in media res» и ограничиваться показом только части действия – его развитием и развязкой, проясняя исходную ситуацию в прологе. Иллюстрируя этот тезис, Бончани демонстрирует, каким образом комедиограф мог бы воплотить фабулу десятой новеллы четвертого дня «Декамерона»: он, в отличие от Боккаччо, начал бы показывать действие с той сцены, где жена врача прячет любовника, которого сочла умершим, в сундук. И это было бы более правильным выбором для комедии, поскольку предшествующие элементы фабулы невозможно вместить в один день без нарушения принципа правдоподобия [Bonciani 1972].

Еще один жанр, с которым Бончани сопоставляет новеллу, – это диалог. Традиционно он проходил по ведомству риторики, но авторы Чинквеченто пытались встроить его в поэтологическую теорию. Так, Карло Сигонио в трактате «О диалоге» (1562) решает эту задачу, подчиняя диалог и поэзию общему роду подражательных искусств. Он разделяет поэтические тексты и диалоги по предмету и средствам, но при этом указывает на использование ими одних и тех же способов подражания (нарративного, драматического и смешанного). Сходным образом рассуждает и Бончани. Он приводит в пример Лукиана, который «подражает комическим действиям в диалоге». Этот предмет подражания подобает новелле, и, следовательно, можно сказать, что Лукиан пытается «придать новеллам драматический (репрезентативный) способ изображения». Поэтому, хоть «мы не можем назвать Лукиана поэтом, не следует исключать его из числа новеллистов» [Bonciani 1972, p. 140]. Однако проблема заключается в том, что традиция устанавливает для диалога другой предмет, как показывают диалоги Платона и Цицерона и как утверждает Квинтилиан, а именно – изложение взглядов на природу богов, на проблемы философии и государства. В результате Лукиан справедливо «уподобляет свои творения кентаврам, существам, имеющим двойственную природу» [там же, p. 141]. Это довольно пространное отступление о возможности диалогических новелл входит в «Лекцию» не случайно, не следует забывать, что, по Бончани, новелла – не поэзия, хотя, как и поэзия, является видом подражания. Диалог – тоже не поэзия, но принадлежит тому же роду (подражание), поэтому их сопоставление закономерно и продуктивно в плане выявления отличий. Тем не менее, хотя диалогические новеллы практически возможны, они не отвечают принципу *decorum'a* – соответствия между предметом и способами изображения, который восходит не столько к «Поэтике», сколько к «Искусству поэзии» Горация и риторическим теориям.

Баргальи сопоставляет новеллу не только с комедией, трагедией и эпической поэмой, но и с иными «жанрами», о которых в «Поэтике» Аристотеля ничего не сказано. Так, Баргальи подчеркивает: в новелле должно рассказывать о событии (avvenimento). Не является новеллой то, предмет чего – остроумное высказывание. Отсюда следует логичный вывод: «...новеллы шестого дня и некоторые первого, которые состоят только из изречения или остроумного ответа, а не чего-то

совершённого или действия, нельзя называть собственно новеллами» [Bargagli 1982, с. 217]. Баргальи, впрочем, извиняет Боккаччо его «ориентацией на «Новеллино» как на образец и сложностью задачи рассказать сто новелл» [там же, с. 218].

Для дальнейших разграничений Баргальи использует жанровые термины, которые принадлежат самому Боккаччо, назвавшему «Декамерон» собранием «cento novelle, o favole, o parabole, o istorie». Но если Боккаччо использует эти слова скорее как синонимы, то Баргальи противопоставляет их друг другу в поэтологическом контексте.

Действие или событие в новелле должно быть одно, хотя единства времени, как в трагедии и комедии, не требуется, в этом новелла ближе к эпической поэме. Однако несколько действий или событий недопустимы, иначе новелла станет «историей» (istoria). В связи с этим Баргальи тонко рассуждает о том, что этому требованию вполне соответствует новелла о дочери султана Вавилонии («Декамерон», II, 7), которая, побывав в руках множества мужчин, возвращается к отцу как девственница и отправляется к первоначальному жениху [Bargagli 1982]. Действие здесь едино – многочисленные эпизоды средней части единства не нарушают, поскольку сводятся к единому элементу, который можно назвать «множество приключений».

Еще один критерий жанрового разделения – новеллистическое событие должно удовлетворять требованию «правдоподобно редкого», т.е. быть таким, «которое правдоподобным образом может случиться, но имеет место редко» [Bargagli 1982, с. 219]. Если событие неправдоподобно, то рассказ о нем станет *favola* (в значении *фантастический нарратив*, а не *басня*). И здесь мы имеем дело с естественным слиянием риторической установки Баргальи и поэтологической теории. Он трактует правдоподобие примерно так же, как и Л. Кастельветро: правдоподобие зиждется на соответствии внутритекстовых событий законам внешнего мира, как их видит аудитория. Колдовство невозможно, но люди в него верят, значит, оно до некоторой степени правдоподобно. Поэтому с некоторой натяжкой можно признать новеллами «сказочные» повествования о мессере Торрелло, о Дианоре и Ансальдо (Декамерон, X, 8; X, 5). Подобное сходство во взглядах неудивительно, поскольку именно Кастельветро «перенес акцент с поэмы на аудиторию» [Weinberg 1961, т. 1, с. 504], и для Баргальи в силу его исходно риторической установки важен именно этот аспект

правдоподобия. Однако фантастическое Баргальи допускает лишь в определенных пределах, и, по его мнению, новелла о Настаджио дельи Онести переходит в *сказку* (*trapassi alla favola*), следствием чего становится ее неспособность услаждать [Bargagli 1982, с. 220]. И здесь он разграничивает новеллы и *romanzi* (примером которых служит «Неистовый Орландо» Ариосто). В них подобные эпизоды уместны, поскольку подобные поэмы содержат в себе аллегорические смыслы, направленные к наставлению, а новелла допускает лишь «потаенную пользу». Теория Баргальи, таким образом, при всей своей риторической направленности органическим образом включает теорию поэтических жанров и правдоподобия.

Заключение

Новелла как жанр новой литературы участвовала в создании своего рода свободного концептуального пространства для разработки новой поэтологической теории, которой в будущем предстояло стать теорией литературы. Это движение шло в двух направлениях. С одной стороны, аристотелевская концепция распространялась на дискурсивную деятельность, которая не являлась поэзией в строгом понимании термина, однако наряду с ней входила в *genus* подражательных искусств и объединялась с ней общими предметом и способами подражания. С другой стороны, элементы поэтологической концепции органически включались в прескриптивную теорию новеллы как устного речевого жанра, существующего в рамках коммуникативной светской практики.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ / REFERENCES

Андреев М. Л. Итальянское возрождение: от стиля к жанру // Историческая поэтика. Литературные эпохи и типы художественного сознания. М. : Наследие, 1994. С. 297–325. [Andreev, M. L. (1994). Ital'yanskoe vozrozhdenie: ot stilya k zhanru (Italian renaissance: from style to genre). In *Istoricheskaya poetika. Literaturnye epokhi i tipy khudozhestvennogo soznaniya* (pp. 297–325). Moscow: Nasledie. (In Russ.)].

Гаспаров М. Л. Поэзия и проза – поэтика и риторика // Историческая поэтика. Литературные эпохи и типы художественного сознания. М. : Наследие, 1994. С. 126–159. [Gasparov, M. L. (1994). Poeziya i proza – poetika i ritorika (Poetry and prose – poetics and rhetoric). In *Istoricheskaya poetika. Literaturnye epokhi i tipy khudozhestvennogo soznaniya* (pp. 126–159). Moscow: Nasledie. (In Russ.)].

Гаспаров М. Л. Средневековые латинские поэтики // Гаспаров М. Л. О поэтах. М. : Языки русской культуры, 1997. С. 590–660. [Gasparov, M. L. (1997). Srednevekovye latinskie poetiki. (Medieval Latin poetics). In Gasparov, M. L. O poetakh (pp. 590–660). Moscow: Languages of Russian culture. (In Russ.)].

Стаф И. К. Рождение новеллы из духа Аристотеля // Фольклор: Структура, Типология, Семиотика. 2019. Т. 2. № 2. С. 10–24. https://doi.org/10.28995/2658-5294-2019-2-10-24 [Staf, I. K. (2019). Rozhdenie novelly iz dukha Aristotelya. (The birth of a novel from the spirit of Aristotle). Fol'klor: Struktura, Tipologiya, *Semiotika, 2*(2), 10–24. (In Russ.)].

Alfano G. Novella, conversazione, «caso». Note sul «Dialogo de' giuochi» di Girolamo Bargagli // Filologia e critica. 2002. Vol. 27, N 2. P. 277–288.

Bargagli G. Dialogo de' giuochi che nelle vegghie sanesi si usano di fare. Siena: Accademia Senese degli Intronati, 1982.

Bonciani F. Lezione sopra il comporre delle novelle // Trattati di poetica e retorica del cinquecento / Ed. di Weinberg B. Bari: Gius. Laterza & Figli, 1972. Vol. 3. P. 135–173.

Halliwell S. Aristotle's Poetics. Chapel Hill: Univ. of North Carolina press, 1986.

Hathaway B. The age of criticism : The late Renaissance in Italy. Ithaca, N. Y., 1962.

Herrick M. T. The fusion of horatian and aristotelian literary criticism, 1531–1555. Urbana: Univ. of Illinois press, 1946.

Ordine N. Teoria della novella e teoria del riso nel Cinquecento. 2nd ed. Napoli: Liguori, 2009.

Vega Ramos M. J. Teoría de la novella y neoaristotelismo quinientista // Anuario de estudios filológicos. 1992. Vol. 15. P. 361–374.

Weinberg B. A history of literary criticism in the Italian Renaissance 2 vol. Chicago ; London, 1961.

УДК 008 (100)

К. Д. Трушина

кандидат искусствоведения, доцент,
доцент кафедры семиотики и общей теории искусства
факультета искусства МГУ имени М. В. Ломоносова;
e-mail: trushinakd.msu@gmail.com

СОВЕТСКИЙ ДИЗАЙН В КОНТЕКСТЕ КУЛЬТУРНОЙ ДИПЛОМАТИИ

Экспортным достоянием российской культуры традиционно являются литература, классическая музыка и балет, однако для развития современной культурной дипломатии есть и другие перспективные области. На волне растущего интереса к советскому дизайну последние годы исследователями раскрываются его глобальная значимость и влияние. В данной статье собраны данные и исследования, подчеркивающие интегрированность советского дизайна в международный контекст и важность его дипломатической миссии.

Ключевые слова: междисциплинарные исследования; международное сотрудничество; дизайн; техническая эстетика; ВНИИТЭ; ИКСИД.

K. D. Trushina

PhD (Art History), Associate Professor,
Associate Professor at the Department of Semiotics and General Art Theory,
Faculty of Arts, Lomonosov Moscow State University;
e-mail: trushinakd.msu@gmail.com

SOVIET DESIGN IN THE CONTEXT OF CULTURAL DIPLOMACY

Literature, classical music and ballet are the traditional export assets of Russian culture, but there are also other prospective areas for the development of modern cultural diplomacy. Following the emerging interest in Soviet design through recent years, researchers are revealing its vast global agenda and influence. This article has collected data, which highlights the integration of Soviet design into international context and importance of its diplomatic mission.

Key words: interdisciplinary research; international collaboration; design; technical aesthetics; VNIITE; ICSID.

Введение

За последние годы наблюдается впечатляющий рост общемирового интереса к Советскому дизайну. Количество выпускаемых на английском языке книг [в т. ч. Sankova, Druzhinina 2016; Sankova 2018; Cubbin 2018; Karpova 2020] и музейных выставок по всему миру с каждым годом только растет, что подкреплено активностью независимых исследователей и востребованностью широкой аудитории – примечательно возникновение множества популярных страниц в социальных сетях, посвященных эстетике СССР и исследованию советского дизайна (*Soviet Visuals*, *Soviet Logos*, *USSR Research* и др.). Исследовательские группы многих крупнейших мировых университетов (такие как CARMAH при Гумбольдском университете в Берлине, кафедра истории в Университете Пенсильвании и другие) также уделяют большое внимание изучению советского дизайна как важнейшей части социологического наследия.

В академическом сообществе советский послевоенный дизайн долгие годы оставался в тени – во многом потому, что первыми же англоязычными исследователями был окрещен «прямой имитацией» западных образцов [Hutchings 1968]. В то время как об эстетической и политической мощи западного, особенно американского дизайна, изданы десятки исследований. Причем большинство из них подчеркивают первостепенность дипломатической функции и открыто называют его средством пропаганды внешней политики Соединенных штатов [Castillo 2005; Reid 2008; Peteri 2012]. Американская промышленная выставка, прошедшая в 1959 году в московских Сокольниках, и случившиеся на ней «кухонные дебаты» между Н.С. Хрущевым и Р. Никсоном также многократно упомянуты исследователями и даже вошли в число важнейших событий дизайна прошлого века, представленных на выставке уважаемого музея дизайна швейцарской компании Vitra в городе Вайль-ам-Райн («Home Stories: 100 Years, 20 Visionary Interiors», 08.02.2020 – 28.02.2021).

Среди исследований стоит выделить книгу профессора университета Беркли в Калифорнии Грэга Кастильо «Холодная война на домашнем фронте. Мягкая сила дизайна середины века» [Castillo 2009]. Автор приводит официальные отчеты дипломатических служб США, называющих выставку в Сокольниках «самым продуктивным психологическим воздействием, когда-либо предпринятым нами в любой

социалистической стране» [там же, с. xii], отмечая подрывное идеологическое влияние дизайна на культуру и ценности. Не столь широко известно, что первые попытки подобного рода пропаганды и культурной дипломатии были предварительно отработаны американцами в Германии (первоначально, в 1949 году в Штутгарте, план провалился, но уже к 1951 году модель была переработана и выставка увенчалась успехом и популярностью в Берлине). Впоследствии Американская выставка объехала весь мир, но важнейшим для истории считается именно экспозиция, представленная в 1959 году в Москве – ведь именно начиная с неё дизайн практически официально стал орудием пропаганды в *холодной* войне. По выражению Кастильо, объекты промышленного дизайна стали повседневным воплощением преимуществ экономики конкурирующих сверхдержав [Castillo 2009]. Заявление Хрущева, что советские кухни ничем не хуже американских и обещания через семь лет «догнать, перегнать и помахать ручкой» (*Стенограмма Кухонных дебатов https://web.archive.org/web/20131028195442/http://www.podst.ru/posts/28/*) оказало немалое воздействие не только на траекторию развития отечественного дизайна, но и в будущем способствовало возможности его международного продвижения на аналогичных выставках Советского союза за рубежом. Кастильо, в отличие от других исследователей, не ставит советский дизайн в автоматически подчиненное положение и не говорит о его имитационном характере, напротив, показывая важную роль системы дизайна как очага общей культуры для всех стран соцлагеря.

В 2008 году в Музее Виктории и Альберта в Лондоне прошла выставка «Модернизм холодной войны. 1945–1970» (Cold War Modern. 1945–1970). Залы экспозиции, собранной кураторами Дэвидом Кроули и Джейн Пэвитт, стремились показать взаимосвязи в сфере международного дизайна. Проблематика изучения советского и социалистического дизайна была затронута авторами статей каталога выставки, однако едва ли раскрыта. Рассматривая важные вехи становления общей истории дизайна в контексте борьбы двух идеологий, стоит отметить, что ключевым событием и отдельной статьей «Наши кухни ничем не хуже» [Reid 2008] была вновь выделена Американская промышленная выставка в Сокольниках и «кухонные дебаты». В части каталога, посвященной общей картине социалистического «Модернизм оттепели: дизайн в Восточной Европе после 1956» куратор

выставки Дэвид Кроули отмечает безусловную политизированность дизайна и его важную дипломатическую роль [Crowley 2008], однако не уделяет внимания широте международных отношений, которые развивали советские дизайнеры в 1960-е и 1970-е годы.

Можно смело предположить, что причиной довольно скудной репрезентации советского дизайна во всем проекте является отсутствие информации на английском языке. Спустя десять лет в рецензии на выдающиеся исследования Тома Каббина о Сенежской студии [Cubbin 2018] Дэвид Кроули отметил, что хотя «в течение многих лет казалось, что существует только два вида советского дизайна: визионерский конструктивизм или сталинский китч ... исследование Каббина предлагает совершенно новую картину» (*https://www.bloomsbury.com/us/soviet-critical-design-9781350021990/*).

Отсутствие исследований не только на английском, но и материалов в целом не помешало немецкому архитектору и главу издательства DOM Филиппу Мойзеру сделать выставку (DESIGN FOR THE SOVIET SPACE PROGRAMME. Galina Balashova, Architect. Музей архитектуры, Франкфурт-на-Майне, 27.06 – 15.11. 2015) и издать книгу о выдающемся советском дизайнере Галине Балашовой, почти неизвестной до этого даже на родине из-за секретности [Meuser 2015]. Балашова была архитектором советской космической программы и первым дизайнером интерьеров космических кораблей. Всю мощь дипломатической роли работы Галины Балашовой еще предстоит раскрыть и в полной мере осознать – архитектор проектировала не только космические интерьеры (ее акварельные наброски занимают особое место среди упомянутых ранее независимых визуальных исследований), но также создавала значки и эмблемы, для многих в мире являющиеся самым ярким, а порой и единственным представлением о советском дизайне. Кисти Балашовой, среди прочего, принадлежит официальный знак совместных работ по программе «Союз–Апполон», едва ли не самый известный изобразительный символ в истории освоения космоса.

Стоит отметить еще одну работу Филиппа Мойзера – это объемный коллективный труд издательства DOM «Архитектура для российской космической программы» [Architektur für die russische Raumfahrt 2013]. Аналогов столь разностороннего и всеобъемлющего исследования «космической эпопеи» СССР, включающего в том числе влияние ее на современную визуальную культуру, пока на русском языке

не существует, как и перевода. Книга о Балашовой была выпущена на русском в том же 2015 году

Значительную роль в популяризации советского наследия сегодня играет Московский музей дизайна и его директор Александра Санькова, публикующие статьи и книги на английском языке [Sankova, Druzhinina, 2016; Sankova 2018] и курирующие выставки по всему миру (Бельгия, Голландия, Германия, Великобритания, Китай, Россия, США). Музей участвует в современной дипломатической работе – в 2015 году в Павильоне России на ЭКСПО–2015 в Милане музей представил выставку, посвященную русскому авангарду. В начале 2020 года Московский музей дизайна получил собственное экспозиционное пространство в здании Третьяковской галереи на Крымском валу, которое было открыто выставкой «Мир! Дружба! Дизайн! История российского промышленного дизайна». Важным шагом в укреплении статуса Московского музея дизайна стали признание международной критики за выставку, представляющую Россию на биеннале дизайна в Лондоне в 2016 году, где команда музея презентовала проект «Открывая утопию: забытые архивы советских дизайнеров», а также представила фильм и книгу о ВНИИТЭ. Проект получил главный приз биеннале.

Техническая эстетика и ВНИИТЭ

В период оттепели роль дизайна диктовалась, в первую очередь, политической переориентацией. В 1956 году на XX съезде КПСС Н. С. Хрущев пообещал, что каждая советская семья будет иметь свою собственную квартиру. Партия и ее нововведения популяризировали *быт*, непереводимое на английский язык слово, которое составляло философию повседневной жизни. Обещание предоставить квартиры всем семьям, в свою очередь, привело в действие огромную, невиданную ранее государственную жилищную программу. Жилье нового типа, в просторечии *хрущевки*, требовало радикально новых проектных решений. Происходящие на государственном уровне процессы способствовали появлению совершенно нового подхода к дизайну и проектированию.

Появилась на свет *техническая эстетика* – капиталистический термин *дизайн* лишь изредка использовался в профессиональных кругах и был представлен советской общественности на страницах журнала

«Декоративное искусство» благодаря его редактору К. М. Кантору, который впоследствии стал одним из основоположников теории дизайна в СССР и, совместно с Е. А. Розенблюмом, сооснователем Сенежской экспериментальной студии дизайна.

В 1962 году Совет министров СССР издал постановление, предлагающее создать ВНИИТЭ – Всесоюзный научно-исследовательский институт технической эстетики, подчиняющийся Государственному комитету науки и техники Совета министров СССР. Один из замыслов создания нового НИИ заключался в том, чтобы буквально изобрести новые методы проектирования в условиях плановой экономики. Центральной для советского дизайна была идея проектирования целостной предметной среды. Принципиальная концепция «изобретения» была предлогом для подведомственного государству глобального исследовательского проекта на пересечении технологии, науки и искусства [Tillberg 2014]. Стоит отметить, что ВНИИТЭ создавался в период тотального дефицита, во многом определившего принципы потребления советского народа. В каком-то смысле работа ВНИИТЭ была призвана помочь переосмыслить эту экономическую реальность и дать утопический предлог для альтернативной модели реализации потребительских товаров.

Всего за несколько лет было создано 15 филиалов ВНИИТЭ по всему СССР, что привело к открытию порядка 200 художественно-конструкторских лабораторий. Уже будучи в упадке к началу 1990-х годов, ВНИИТЭ оставался беспрецедентным по масштабу и самым крупным в мире научно-исследовательским институтом дизайна.

Перед ВНИИТЭ под руководством Юрия Соловьева была поставлена задача разработать уникальный почерк социалистического дизайна. Институт сразу же стал активно работать на международном уровне. Выставки советского дизайна за рубежом проходили в конце 1960-х годов в Польше и Болгарии, а затем в Брюсселе (1973), Штутгарте (1976), Хельсинки (1978), Варшаве и Кракове (1979), Бомбее и Загребе (1981) и Берлине (1982). Сотрудники Института участвовали в подготовке советских павильонов на Международных экспо в Монреале (1967) и Осаке (1970). Кроме того, ВНИИТЭ успешно вели дипломатическую и просветительскую деятельность в пределах Советского союза, организуя выставки дизайна зарубежных стран. Первая из таких выставок, посвященная новым разработкам в области

дизайна Великобритании, состоялась в 1964 году. Затем последовали выставки дизайна США (1967), ГДР (1969), Бельгии (1974), Чехословакии (1974), Японии (1984) и Западной Германии (1986). Во время этих выставок, а затем и в качестве самостоятельных разовых мероприятий, ВНИИТЭ организовывал лекции и семинары всемирно известных дизайнеров – благодаря этому в Москву приезжали Раймонд Лоуи, Виктор Папанек, Тимо Сарпанева, сэр Миша Блэк и многие другие.

Важным достижением Ю. Б. Соловьева стало основание международного проектного семинара «Интердизайн», первый из которых состоялся в 1971 году в Минске. Если на конференциях и симпозиумах дизайнеры знакомились и обменивались идеями, то на семинарах, по замыслу инициаторов, происходил обмен методами, опытом непосредственно в процессе совместного проектирования. «Интердизайн» планировался как уникальная возможность для дизайнеров поработать вместе с зарубежными коллегами над решением реальных задач, не ограничиваясь жесткими рамками и условиями, которые обычно присутствуют в повседневной практике. С 1971 по 1985 год семинары «Интердизайн» прошли во всех филиалах ВНИИТЭ Советского союза. Организация каждого семинара разрабатывалась около года, вместе с тем велась интенсивная научная проработка намеченных тем и проблем, издавались материалы, и к каждому семинару создавался фирменный стиль. В сочетании с интернациональным составом участников высокой квалификации это обусловило высокий уровень и результативность семинаров. Руководили семинарами, как правило, общепризнанные в мировом масштабе авторитеты [Рунге 2007].

В 1965 году ВНИИТЭ был принят в ИКСИД (ICSID) – Международный совет обществ промышленного дизайна – авторитетную организацию при ЮНЕСКО. Всего через четыре года Ю. Б. Соловьев стал вице-президентом совета, с 1977 по 1980 год возглавлял его в качестве президента. В октябре 1975 года состоялся первый конгресс ИКСИД в Москве, ставший первым подобным съездом в социалистической стране. В нем приняли участие 700 советских специалистов и 757 конструкторов из 32 стран мира. Конгресс проходил четыре дня в Государственном концертном зале «Россия», темой его стал девиз «Дизайн для человека и общества». Под руководством А. Ермолаева группой дизайнеров ВНИИТЭ были подготовлены концепции

оформления и изготовления оборудования. Дизайнеры спроектировали легкую, удобную в транспортировке, бюджетную и экологически чистую мебель из гофрокартона. Эта временная мебель и стенды позволяли оперативно создавать различные зоны для деловых встреч и дискуссий. Одним из первых заглавных докладчиков конгресса был создатель так называемой «Ульмской модели» развития дизайна Томас Мальдонадо.

Даже самый беглый пересказ наглядно показывает размах международных связей советского дизайна. Хотя общую информацию об уникальных проектах, многочисленных выставках и конференциях ВНИИТЭ можно найти в учебных пособиях и книгах о дизайне в контексте культуры [Рунге 2007; Аронов 2013], архив института хранится в запасниках Политехнического музея, и подробного его исследования пока не опубликовано. Значимость международных выставок и профессиональных семинаров и конгрессов, организованных по инициативе ВНИИТЭ, подчеркивают все исследователи советского дизайна. Даже несмотря на жесткий цензурный прессинг работников института «сверху», их деятельность стала выдающимся примером транснационального культурного взаимодействия, в итоге собравшего сеть деятелей культуры вне пределов любых правительственных структур.

Советский союз и культурная политика

Роль культуры в дипломатии была впервые отмечена американским исследователем Фредериком Багхорном в 1930-е годы, обозначившим первостепенность пропагандистских целей. Понятие *культурная политика* встречается начиная с 1960-х годов, меняя и уточняя рамки своего определения. Со второй половины 1980-х годов политолог, ныне профессор Гарвардского университета Джозеф Най ввел в оборот термин *мягкая сила*. Составляют эту силу три базовых компонента: привлекательность системы ценностей государства, привлекательность его культуры, эффективность невоенных механизмов внешней политики.

В отечественной академии исследование *мягкой силы* – явление относительно новое. Стоит отметить, что еще не так давно концепцию нередко критиковали, объявляя формой пропаганды, но с 2012 года термин стал использоваться в российских официальных кругах как

потенциальное направление внешней политики. «Важнейшим условием успешности *мягкой силы* российского гуманитарного влияния за рубежом является осуществление действенной культурной политики» (*Стратегии государственной культурной политики в Российской Федерации (2016) http://static.government.ru/media/files/AsA9RAyYVAJnoBuKgH0qEJA9IxP7f2xm.pdf*).

На фоне общего интереса увеличился объем исследований отечественной *мягкой силы*, в том числе ретроспективных. Один из наиболее выдающихся исследовательских проектов представила группа ученых Южно-Уральского государственного университета под руководством доктора исторических наук О. С. Нагорной. По мнению исследовательской группы, «наблюдаемая сегодня трансформация системы международных отношений, обозначаемая некоторыми аналитиками как “новая холодная война”, поставила на повестку дня вопрос о необходимости пересмотра существующих моделей… В условиях сложившегося ... противостояния ... актуальным становится выявление исторически апробированных каналов и инструментов воздействия, альтернативных так называемой “традиционной дипломатии” и соответствующих современному уровню развития медийной среды» (*https://cultdip.ru/about/tsel-proekta/*).

В рамках исследования уже выпущены коллективная монография и сборник материалов [Советская культурная дипломатия в годы Холодной войны (1945–1989) 2018][1]. Авторами проделана колоссальная работа по разархивации и структурированию материалов. Не оставлена без внимания и предметная среда – как создание павильонов СССР на всемирных Экспо, так и выставки товаров, которые, как уже упоминалось во введении, были важной отличительной особенностью дипломатических отношений времен *холодной* войны. За первое мирное десятилетие СССР был представлен на 68 выставках в 22 странах. За техническое сопровождение (планы, транспортировка, монтаж, расходы) на них отвечали Министерство и Палата внешней торговли СССР, однако общее утверждение, подготовка брошюр и раздаточных материалов, а также «брифинг» работников экспозиций реализовывались в системе органов советской культурной дипломатии (здесь были задействованы ГККС, Минкульт СССР, МИД, Минпрос, Интурист). Именно они вносили обязательные пропагандистские элементы

[1] Также см.: электронный архив материалов (*https://cultdip.ru/*).

в концепции, визуальный и текстовый ряд, вне зависимости от профиля выставки, т. е. советская экспозиционная деятельность за рубежом рассматривалась как целевой инструмент создания и трансляции внешнеполитических репрезентаций СССР [Нагорная 2017].

Выставкам «не товаров, но идеологии» посвящены и исследования С. Рид и Г. Петери – оба рассматривают экспозиции как отдельный дипломатический жанр. Последний назвал международные выставки «местами конвергенции» [Peteri 2012]. Сьюзан Рид же вводит термин *дипломатия дизайна*, через который исследуют дилеммы советских планировщиков выставок, которым поручено было разработать образ СССР в то время [Reid 2017]. Оба отмечают недостаток исследований и англоязычных публикаций о советской выставочно-дипломатической деятельности – больше всего написано об участии Союза на международных Экспо, в то время как об отдельных выставках за рубежом чаще известны лишь поверхностные факты.

Во всех перечисленных обзорах деятельность ВНИИТЭ почти совсем не затронута, в то время как это может стать и перспективным направлением дальнейшего развития исследования внешнеполитических связей, и потенциальной *мягкой силой* современной России. Ведь советский дизайн – это не просто вещи, и уж тем более не имитация неких более «совершенных» вещей. Это и не чистая утопия – хотя ввиду сложностей плановой экономики большинство проектов так и остались на бумаге.

Советский дизайн, как и всякий хороший, продуманный дизайн – это, в первую очередь, наглядная картина мира. Как писал в своем тексте выступления на конгрессе ИКСИД в Москве Карл Кантор, «дизайн в гораздо большей степени зависит от культуры общества, чем эта культура от него» (отметим, что этот доклад под названием «Дизайн в противоречиях культуры и природы в различных регионах мира» не прошел цензуру и не был допущен до выступления, в связи с чем Кантор незамедлительно ушел из ВНИИТЭ, а текст опубликовал в журнале «Декоративное искусство»).

«...Рассмотрение дизайна как порождения определенной культуры небесполезно для прояснения общих характеристик последней, а, следовательно, и возможностей восприятия дизайна другими культурами и тех модификаций, которые при этом с ним происходят… Можно ожидать, что идея проектирования целостной предметной

среды ... привлечет к себе внимание международной общественности как реальная проектная альтернатива экологическому кризису» [Кантор 1975].

Заключение

Как отметил на конференции «Архитектура, дизайн и культурная среда 1960–80-х годов» (Российская Академия Художества и МГХПА им. Строганова, 27–28 февраля 2020 г.) президент Национальной академии дизайна В. Р. Аронов, «подобно тому, как в 1960-е годы художники и дизайнеры открыли для себя 20-е годы, так и мы сейчас начинаем по-настоящему открывать для себя дизайн 60-х» (*цитата записана автором на конференции 28.02.2020 в МГХПА им. Строганова*). Феномен советского дизайна только начинает показываться во всей своей значимости для современной культуры. Дальнейшее изучение забытых проектов ВНИИТЭ и международных взаимосвязей советской системы дизайна может помочь понять и артикулировать, куда современной культуре стоит двигаться дальше.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ / REFERENCES

Аронов В. Р. Дизайн в культуре XX века. 1945–1990. М.: Дмитрий Аронов. 2013. 406 с. [Aronov, V. R. (2013). Dizain v kulture XX veka. (Design in XX century culture). 1945–1990. Moscow: Dmitri Aronov. (In Russ)].

Кантор К. Дизайн в противоречиях культуры и природы в различных регионах мира // Декоративное искусство СССР. 1975. № 9. URL: https://rosdesign.com/design_materials3/design_k.htm (дата обращения: 01.11.2020) [Kantor, K. (1975). Dizain v protivorechiah kulturi i prirodi v razlichnih regionah mira (Design in the contradictions of culture and nature in different regions of the world). *Dekorativnoe iskusstvo SSSR* (USSR Decorative art). № 9. (In Russ.)].

Нагорная О. С. «Лимон» за худший павильон: Выставочная дипломатия послевоенного СССР // Культурная дипломатия (Тематический номер журнала «Управление в современных системах»). 2017. № 4. С. 3–9. [Nagornaia, O. S. (2017). Limon za hudshy pavilion. (“A Lemon” for the Worst Pavillion: Exhibition Diplomacy of the Post-War USSR). № 4. (Pp. 3–9). (In Russ)].

Рунге В. Ф. История дизайна, науки и техники. М.: Архитектура–С. 2007. [Runge, V. F. (2007). Istoriya dezaina, nauki b tehniki (History of design, science and technology). Moscow: Architecture-C. (In Russ)].

Советская культурная дипломатия в годы Холодной войны (1945–1989). Коллективная монография / науч. ред. О.С. Нагорной. М: Росспэн, 2018. [Soviet Cultural Diplomacy during the Cold War (1945–1989). (2018). Collective monography / ed. by O. S. Nagornaia. Moscow: Rosspen. (In Russ)].

Castillo G. Cold War on the Home Front. The Soft Power of Midcentury Design. Minnesota University Press, 2009.

Castillo G. Domesticating the Cold War: Household Consumption as Propaganda in Marshall Plan Germany. In: *Journal of Contemporary History*, 40(2), Domestic Dreamworlds: Notions of Home in Post–1945 Europe. 2005. P. 261–288.

Crowley D. Thaw Modern: Design in Eastern Europe after 1956. In: D. Crowley and J. Pavitt (eds). *Cold War Modern. Design 1945–1970.* 2008. P. 128–153.

Cubbin T. Soviet Critical Design. Senezh Studio and the Communist Surround. London: Bloomsbury. London: Bloomsbury Visual Arts, 2018.

Hutchings R. The Weakening of Ideological Influences upon Soviet Design // Slavic Review. 1968. Vol. 27, No. 1. P. 71–84.

Karpova Y. Comradely objects. Design and material culture. Soviet Russia, 1960s-80s. Manchester University Press, 2020.

Meuser P. Galina Balashova. Architect of the Soviet Space Programmer. Berlin: DOM Publishers, 2015.

Peteri G. Sites of Convergence: The USSR and Communist Eastern Europe at International Fairs Abroad and at Home // Journal of Contemporary History. 2012. 47 (1). P. 3–12.

Reid S. E. Cold War Cultural Transactions: Designing the USSR for the West at Brussels Expo ’58’ // Design and Culture. 2017. Vol. 9:2. P. 123–145.

Reid S. E. ‘Our Kitchen is Just as Good’: Soviet Responses to the American National Exhibition in Moscow, 1959 // D. Crowley and J. Pavitt (eds). Cold War Modern. Design 1945–1970. 2008. P. 153–161.

Sankova A. Designed in the USSR: 1950–1989. London: Phaidon, 2018.

Sankova A., Druzhinina O. VNIITE: Discovering Utopia – Lost Archives of Soviet Design. London: Unit Editions, 2016.

Tillberg M. Die technische Ästhetik und die unerschöpfliche Mensch-Maschine als sowjetisches Designprodukt der 1960er bis 1970er Jahre. In: Helden am Ende. Erschöpfungszustände in der Kunst des Sozialismus. eds. Monica Rüthers and Alexandra Köhring, Campus-Verlag: Frankfurt/M, New York. 2014. P. 157–181.

УДК 008, 7.04

Д. А. Шевлякова

доктор культурологии, профессор,
заведующая кафедрой итальянского языка факультета иностранных языков
и регионоведения МГУ имени М. В. Ломоносова; e-mail: scevliakova@mail.ru

СИМВОЛЫ ИТАЛЬЯНСКОЙ НАЦИОНАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЫ НА ПОЧТОВЫХ МАРКАХ ИТАЛЬЯНСКИХ КОЛОНИЙ (1920–1941 гг.)

В статье освещены методы построения и моделирования образа метрополии (Королевства Италии) в сериях филателистической продукции 1920–1940-х годов на территории североафриканских итальянских колоний. Марки являются ценным материалом для исследования процесса формирования положительного имиджа метрополии. Продемонстрировано, как в образном ряде марок актуализируются элементы славного исторического прошлого и общей средиземноморской культуры, формируемой Италией в колониях. Кроме этого, анализируются символы и архетипы из исторического прошлого страны, представленные в филателистических сериях, выпускавшихся для обращения в итальянских колониях.

Ключевые слова: Италия; итальянские колонии; филателистическая продукция; образ метрополии; историческое прошлое нации; национальная культура, экстраполяция национальной культуры.

D. A. Shevlyakova

Doctor of Science (Cultorology), Professor, Head of Department of Italian,
Faculty of Foreign Languages and Areal Studies,
Lomonosov Moscow State University; e-mail: scevliakova@mail.ru

THE CREATION OF AN IMAGE OF THE METROPOLIS IN THE POSTAGE STAMPS OF THE ITALIAN COLONIES (1920–1941)

The article covers methods of constructing and modeling the image of the metropolis (Kingdom of Italy) in a series of philatelic products of the 1920's and 40's. on the territory of North African Italian colonies. Marks are a valuable material for studying the process of forming a positive image of the metropolis. The article will show how elements of the image of the glorious historical past created by Italy in the colonies are actualized in a pictorial series of brands. In addition, it will be analyzed which symbols and archetypes from the historical past of the country are represented in the philatelic series, issued for circulation in the Italian colonies.

Key words: Italy; Italian colonies; philatelic products; image of the metropolis; the historical past of the nation; national identity.

Введение

Метрополию в ее взаимодействии с колониями определяет институт политического господства. Традиционно взаимосвязь основана на введении стандартов метрополии, но если в политической и экономической сферах конкретные шаги очевидны, то в плане трансляции идеологических и культурных ценностей – все более зыбко. Ясно, что метрополия обязательно будет генерировать идеальный образ себя, представляя свои культурные ценности, наработанные в процессе исторического становления титулярной нации в качестве эталонных. Но как она это будет делать, только ли через средства массовой информации, путем прямой пропаганды? Какими способами и какими средствами метрополия будет экстраполировать систему знаков и символов своей национальной культуры? В данной статье в качестве гипотезы исследования будет апробирован в качестве репрезентативного необычный материал – филателистическая продукция (марки), – с помощью которого Итальянское королевство в период расцвета колониальной политики (1920–1941 гг.) ретранслирует определенные образы на территории своих африканских колоний. В пользу того, что марки могут быть ценным материалом, говорит сам формат «государственный заказчик и частный исполнитель» образного ряда. Идеи формулируют политики или чиновники государственной службы художникам; последние делают эскиз марок и представляют получившиеся эскизы на одобрение чиновников, в случае необходимости корректируют. Таким образом, мы можем не сомневаться, что в символы была облечена именно политическая интенция служащих, представляющих государство и нацию. С другой стороны, художники и дизайнеры привносят собственное, авторское видение данного им технического задания, поэтому можно говорить и о представленности гражданского сознания [Водолажская 2010]. Вторая причина репрезентативности материала – марки имеют массовое хождение как по национальной, так и зарубежной территории: по своей функции марки близки к денежным знакам – своеобразный «младший брат» денег, хотя они и принимаются к оплате исключительно в практике почтовых пересылок [Шевлякова 2017]. Опыт анализа почтовых марок в качестве репрезентативного материала уже был предпринят в разных интердисциплинарных сферах: истории агрономии, в геополитике

и в анализе коллективных представлениях нации [Цаценко, Магомедтагиров 2017; Ходырева 2018].

Процессы становления культурной идентичности нации являются сложными, многокомпонентными и мало прозрачными для исследователя даже тогда, когда они происходят в рамках отдельного государства. Еще более запутанным становится процесс целенаправленной проекции уже сложившейся культурной идентичности на завоеванные или мирно присоединенные области, экстратерриториальные по отношению к государству метрополии. Целью статьи является исследование процессов экстраполяции культурной идентичности определенной нации (итальянцев) на другие этнические сообщества (североафриканские колонии Италии). Итальянское королевство становится колониальной державой на рубеже XIX−XX веков: Эритрея (1885), юг Сомали (Бенадир, 1889), Ливия и острова Додеканес (1912), Южный Тироль (1919), практически вся Истрия (1922). В период фашизма внешняя политика становится все более агрессивной: Корфу (1923), Эфиопия (1936), Албания (1939), юго-восток Франции – Ментон, Тулон, Прованс, и остров Корсика (1940-42). По Парижскому мирному договору Италия была лишена всех колоний (Ливии – в 1951, Сомали – в 1960) [Ertola 2019]. Очевидно, что так или иначе метрополия (Итальянское королевство) будет продвигать в африканские колонии положительный образ своей национальной культуры, но для исследователя интересно, какие именно идеи будут пропагандироваться и в каких формах они будут преподноситься, что обусловливает две задачи статьи. Первая – выявление символов, выбранных руководством Итальянского королевства из всей многовековой истории страны в качестве эталонных для колоний, вторая – какую интенцию метрополия вкладывает в группы этих символов (в нашем исследовании мы остановимся только на визуальных символах).

В качестве предмета исследования была выбрана филателистическая продукция, серии почтовых марок, выпущенных Итальянским королевством в период 1920–1940-х годов, в качестве объекта исследования – образный ряд этих марок, а именно – символика национальной культуры Италии, которая на них тиражируется. В области истории коллективных представлений или эволюции культурной идентичности определенной нации марки прекрасно иллюстрируют теорию М. Биллига, согласно которой нация «зависит от непрерывного

воображения ее существования». «Воображение» воспроизводится, прежде всего, через целенаправленное развертывание национальных символов. Благодаря этим закрепленным в обиходе привычкам и материализованным символам каждый день нация отмечается или «обозначается» в жизни своих граждан, следовательно, «национализм представляет собой эндемическое состояние» [Billig 1995, с. 38]. Собственно гипотезой статьи и является предположение о том, что почтовые марки как скромный объект материальной культуры обладают скрытым потенциалом для выявления определенной символики национальной культуры; символика эта рассматривается политической элитой как нечто наиболее ценное (этос культуры) и поэтому валидное для продвижения в колонии, которые мыслятся как возможные и желательные реципиенты культуры.

Символы национальной культуры в эмиссиях колониальных марок Итальянского королевства

Для присоединенных территорий Италия в течение двадцатилетия фашистского режима регулярно проводит эмиссии серий марок, предназначенных как для всех африканских государств, так и для некоторых из них. Из общих эмиссий марок внимание сразу же привлекает марка 1934 года выпуска «Onoranze al Duca degli Abruzzi», на которой изображены два чернокожих туземца в набедренных повязках, плывущих на пироге и приветственно махающих летящему в небе аэроплану. Бросается в глаза абсолютная «природность» аборигенов, практически обнаженных; их пирога вытесана из цельного бревна, и композиционно пирога оттеняет самолет – технологическое новшество научной и материальной западной цивилизации. Идеологическая подоплека образного ряда очевидна: развитая цивилизация несет свет науки, знаний, прогресса в страны, где уровень развития близок к дикарям. Дикари радостно приветствуют подарки прогресса.

Образ самолета, гордо летящего над типичным африканским пейзажем с местной флорой и фауной, будет повторяться во многих филателистических сериях 1930-х годов, например: «Pro Istituto agricolo coloniale» (1930, самолеты – над античными руинами), «Mostra d’arte coloniale a Napoli (1934, самолеты летят над барханами пустыни и над всадниками на верблюдах), «VIII Fiera campionaria di Tripoli» (1934, самолеты – над морем, над мечетями, над бедуинами, закутанными

в бурнусы) и в ряде других серий. Италия в 1930-х годах изо всех сил стремилась быть одной из ведущих авиационных держав. После прихода к власти фашистов во главе с Бенито Муссолини был организован комиссариат по авиации, в 1923 году было принято решение сформировать «Regia Aeronautica» (Королевскую авиацию). Рекордные полеты повышали престиж фашистского режима, а развитие авиации сопровождалось шумной пропагандой. В Африке строились аэродромы, которые планировались как лишь первый по счету форпост в завоевании всего континента. Поэтому вполне закономерно, что на марках также появляется визуальная пропаганда итальянской авиации. В нематериальном плане образ самолета соответствовал идее модернизации, мощи, скорости, полета страны, которая представлялась будущей империей, всегда соединяемой вот такими воздушными гонцами с родными колониями. Помимо этого, самолет символизирует постоянную и быструю связь с колонией, находящейся на другом континенте, с преодолением морской преграды.

Этому символу вторит и другой, узаконенный как историей, так и коллективной памятью: в иконографике марок серий «Pittorica» (1921) и «Pro Società Africana d'Italia» (1928) встречается корабельная тематика: изображены нос и ростр древнеримского корабля. Историческая параллель очевидна – как когда-то римские монеры (галеры) являлись связующим звеном между Апеннинским полуостровом и колониями в Африке, так и теперь воздушные суда осуществляют эту связь, только быстрее и эффективнее. Вторым значением символа является идея исторической преемственности, константы. Северная и Восточная Африка *всегда* были заморской колонией Италии, поэтому закономерным представляется возврат в лоно метрополии, которая обеспечит достойное политическое, экономическое и культурное развитие и процветание колонии. Недаром в филателистической серии 1928 года образ корабельного носа дополнен крыльями (аллюзия на богиню Победы), и на носу корабля стоит маленькая крылатая фигура уже самой Победы, которая держит в руке венок победителя. На переднем плане этой же марки изображен ликторский пучок (фасции) с традиционным топориком – в первую очередь это отсылка к символике фашизма, а затем косвенная отсылка к древнеримской истории, истории политически мощного государства. Только пучок состоит не из прутьев-розг, а из оливковых ветвей. Олива является традиционным геральдическим

деревом Италии и символизирует плодородие, мир и достижения греко-римской цивилизации, которая была, как известно, цивилизацией зерна, оливок и вина.

Возвращаясь к образу самолета, любопытно будет проанализировать символику общеафриканской серии «Pro Società Dante Alighieri P.A.» (1932). На ней на четырех марках изображен Леонардо да Винчи, на заднем фоне мы видим человека, парящего на летательном аппарате типа дельтаплана; на двух марках изображен собственно летальный аппарат, придуманный и сконструированный Леонардо. Можно задать риторический вопрос: зачем жителям Африки в пустынях на верблюдах Леонардо да Винчи и его летающие изобретения XVI века? Первый ответ очевидный: итальянское государство позиционирует себя не только как несущее политическую, военную и экономическую мощь, но и как страну великой культуры, несущую просвещение покоренным или (в идеале) добровольно присоединившимся народам. Второй ответ менее очевиден: самолет изобрели не в Италии, и Италия всё же не лидировала в авиационной промышленности, хотя и делала всё для этого возможное. Поэтому столь важно было показать, что в далеком XVI веке великий итальянский гений уже изобрел прототип первой летающей машины.

Самолеты встретятся нам и в других сериях, но не в роли протагониста, а в роли героя второго плана, там они также будут подчеркивать связь времен. В трех филателистических сериях «Pittorica di Tripolitania» (1937) и «Tripolitania» (1940–41), «11° Fiera Campionaria di Tripoli» (1937) изображены руины древнеримских построек на территории Ливии: разрозненные колонны, служившие когда-то портиками или колоннадами храмов и общественных зданий, а также руины древнеримского амфитеатра. Хотя и угадываются определенные конкретные детали известных археологических зон – Лептис Магна, Базилика Септимия Севера, Сарбата – все же следует говорить об обобщенном образе архитектурных построек Древнего Рима на территории Ливии. Важна не фотографическая достоверность, а идейная составляющая: вклад в развитие государственности (строительство, архитектура, инфраструктура, культура), который осуществляла Древнеримская империя (метрополия) на территории своих африканских колоний. Чтобы продемонстрировать, что вклад Италии не только в прошлом, но и в настоящем, над всеми руинами Античности гордо

и целеустремленно летит аэроплан – новый посол Италии, представляющий новый тип военной мощи, технологий и коммуникаций.

Неожиданным будет появление в африканских сериях образа «Италии в башнях» (Italia Turrita), который включает в себя несколько культурно-исторических пластов итальянской коллективной памяти, но иностранцу не скажет ничего. Образ Италия в башнях представляет собой женскую голову, увенчанную короной из средневековых башен, соединенных стилизованными городскими стенами. Этот образ является персонификацией свободных городов-государств, отгородившихся от внешнего мира мощной преградой стен и воюющих друг с другом за прилегающие территории. Города-государства были главным препятствием для создания единого, консолидированного государства на Полуострове, но именно они стали основой полицентрической модели Италии, что дало небывалый дотоле всплеск искусств в Средние века и Возрождение. Города-государства благодаря своей отгороженности и неоднородности подарили современной Италии ее неповторимый облик из тысячи разных городов. Насколько данный символ являет репрезентативным для итальянской идентичности, можно судить по его популярности в политической символике Итальянской республики: на памятниках и надгробиях выдающихся деятелей (кенотаф Данте в Базилике Санта-Кроче во Флоренции), на монетах итальянских лир, на целой серии наградных медалей и значков, бюллетенях для голосования на выборах в Парламент и даже на удостоверении личности гражданина Итальянской Республики. Если судить по частотности данного символа, то он, безусловно, является одним из самых расхожих визуальных исторических символов национальной идентичности в самой Италии.

Следующий образ может повергнуть в шок неподготовленного зрителя. На марках представлена богиня Диана, но не в привычной для нас ипостаси – юной, девственной и стройной богини-охотницы, а Диана, украшенная многими грудями, Диана «многогрудая». Подобная версия Дианы является персонификацией Матери-природы или Абунданции – Матери изобильной. Несмотря на то, что культ такой Дианы, питающей собой все живое, был распространен на территории Малой Азии (знаменитый храм Дианы в Эфесе, именно там сохранилась статуя Дианы Эфесской, послужившей прототипом для всех последующих скульптур), персонифицированный образ Италии

в виде Абунданции, богини плодородия, увенчанной венком из колосьев пшеницы, также является одним из древних символов Италии, хотя он более характерен для ее южных областей. Свидетельством тому могут служить и фольклорная традиция Юга Италии – когда в праздник урожая девушки на повозках, облаченные в туники и в венках из колосьев, проезжают по всему поселению и приветствуют собравшихся, и образ Италии – Абунданции на монетах достоинством в 200 лир. Но, пожалуй, самая известная интерпретация скульптуры Дианы Эфесской в Италии была сделана Пирро Лигорио, итальянским архитектором, спроектировавшим и построившим знаменитую Виллу д'Эсте в Тиволи. Лигорию считал Диану источником жизни на земле, великой богиней (Матерью-природой), питающей все живое на земле [Шевлякова 2015].

Заключение

В заключение хотелось бы сделать следующие выводы. Иконографика проанализированных марок говорит о том, что метрополии (Итальянскому королевству) важно сформировать и пропагандировать идею цивилизаторской миссии в африканских колониях, напомнив им об осколках общей средиземноморской культуры, в контексте которой Римская империя выступала как даритель политической, административной, строительно-инженерной культуры. Всячески подчеркивается возможность, быстрота и прогрессивность коммуникационной связи по Средиземному морю или над ним через образ древнеримской галеры или современного самолета. Предельным символическим посланием будет обещание помощи колониям в развитии на пути прогресса, с целью встроить их в достойное будущее в рамках конструирования новой Римской империи фашизма. В свете такой идеологической интенции неудивительно, что среди символов национальной истории преобладают именно исторические объекты и образы из древнеримской культуры: галеры, ростры, крылатая богиня победы, развалины римских амфитеатров. Вместе с тем идет попытка вживить и новые иконографические символы, которых не было и быть не могло в общем античном прошлом, например, образ Италии в башнях: метрополия как бы вбирает колонии в орбиту средневековой итальянской (а значит и европейской) культуры. Гипотеза статьи подтверждена: филателистическая продукция (марки)

является репрезентативным материалом, потому что в ней метрополия целенаправленно и визуально четко формирует символический ряд национальной культуры, который империя намерена продвигать на вненациональных территориях.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ / REFERENCES

Водолажская Т. В. Идентичность гражданская // Образовательная политика. № 5–6 (43–44). 2010. С. 140–142. [Vodolazhskaya, T. V. (2010). Identichnost` grazhdanskaya (Civil identity). *Educational policy, 5–6*(43–44), 140–142. Moscow : Knizhnyj dom. (In Russ.)].

Цаценко Л. В., *Магомедтагиров А. А*. Почтовая марка как ресурс по истории агрономии // Научный журнал КубГАУ. 2017. № 125 (01). С. 66–84. [Zazenko, L. V., Magomedtagirov, A. A. (2017). Postage stamp as a resource of information in the history of agronomy. *Scientific journal of Kuban State Agrarian University, 125* (01), 66–84. Krasnodar : Kuban State Agrarian University. (In Russ.)].

Ходырева О. В. Геокультурные символы в почтовой марке: на основе филателистических материалов Вятского края // Научное обозрение : электронный журнал. 2018. № 2. [Khodyreva, O. V. (2018). Geokulturnye simvoly v pochtovoj marke: na osnove filatelisticheskikh materialov Vyatskogo kraya (Geocultural symbols in a postage stamp: based on philatelic materials from the Vyatka region). *Nauchnoe obozrenie:* elektron. zhurnal. (In Russ.). URL: https://srjournal.ru/2018/id102/ (date of the application: 28.07.2018)].

Шевлякова Д. А. К вопросу о культурной иконографии: репрезентация Италии в символике почтовых марок // Сборник XIX международной конференции «Россия и Запад: диалог культур». 2017. Вып. 17. Т. 2. С. 193–204. [Shevlyakova, D. A. (2017). The cultural iconography: representation of Italy in the symbolism of postage stamps. In *Sbornik XIX mezhdunarodnoj konferencii «Rossiya i Zapad: dialog kul`tur»*. Vyp. 17. T. 2. (pp. 193–204). Moscow: Centr po izucheniyu vzaimodejstviya kul`tur. (In Russ.)].

Шевлякова Д. А. Исторические визуальные символы национальной идентичности итальянцев // Язык. Культура. Перевод. Коммуникация (Сборник научных трудов к юбилею профессора Г. Г. Молчановой). М. : Тезаурус, 2015. С. 201–204. [Shevlyakova, D. A. (2015). Historical visual symbols of the national identity of Italians). *Language. Culture. Translation. Communication.* (Collection of scientific papers a tribute to Professor Galina G. Molchanova). (pp. 201–204). Moscow: Tezaurus. (In Russ.)].

Billig M. Banal Nationalism. London: Sage, 1995.

Ertola E. In terra d'Africa. Gli italiani che colonizzarono l'impero. Roma: Laterza 2019.

Сетевое электронное научное издание

ВЕСТНИК
Московского государственного
лингвистического университета

VESTNIK
of Moscow State Linguistic
University

Гуманитарные науки

Humanities

Выпуск 12 (841)

Issue 12 (841)

Ответственные за выпуск 12 (*841*)

кандидат филологических наук доцент М. В. Томская (ФГБОУ ВО МГЛУ)
кандидат филологических наук М. Б. Раренко (ИНИОН РАН)
кандидат филологических наук Н. Н. Трошина (ИНИОН РАН)

Редакторы Н. Г. Павлова, М. М. Сингал
Компьютерная верстка: Ю. Л. Герасимова
Дизайн обложки: А. Г. Проскуряков

ФГБОУ ВО МГЛУ
Подписано в печать 30.12.2020
Формат 60x90/16. Усл. печ. л. 15,3.
Заказ № 120/20

Адрес редакции:
119034, г. Москва, ул. Остоженка, д. 38, стр. 1
Тел.: (499) 245 33 23
E-mail: ipk-mglu@rambler.ru

«Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки» входит в Перечень рецензируемых научных изданий, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученой степени кандидата наук, на соискание ученой степени доктора наук по следующим отраслям науки и / или группам специальностей научных работников:

10.02.00 – Языкознание
10.01.00 – Литературоведение
24.00.00 – Культурология

«Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки» является преемником сборников научных трудов с 1940 года и, начиная с 2002 года, следующих выпусков «Вестника Московского государственного лингвистического университета»: «Лингвистика», «Языкознание», «Филологические науки», «Языкознание и литературоведение», «Восточные языки», «Философия», «Философия и культурология».

© ФГБОУ ВО МГЛУ, 2020

Издание зарегистрировано 10 июня 2016 г. ЭЛ № ФС77-66051 Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор)

Доменное имя сайта: vestnik-mslu.ru

Учредитель: ФГБОУ ВО МГЛУ

За аутентичность цитат отвечают авторы.

Перепечатка материалов возможна при обязательном письменном согласовании с редакцией издания. Ссылка на издание при перепечатке обязательна.