

СЕРИЯ: ИСТОРИЯ И ФИЛОЛОГИЯ



**УЧЕНЫЕ
ЗАПИСКИ
ИТТСПИ**

2024 № 4

УЧЕНЫЕ
ЗАПИСКИ
НТГСПИ

SCIENTIFIC
NOTES
OF NTSSPI

УЧЕНЫЕ ЗАПИСКИ НТГСПИ

Серия: История и филология

НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ

Нижнетагильского государственного
социально-педагогического института

ISSN: 2949-4982

2024

№ 4

SCIENTIFIC NOTES OF NTSSPI

Series: History & Philology

JOURNAL

published by
Nizhny Tagil State Social Pedagogical Institute (NTSSPI)

ISSN: 2949-4982

2024

NUMBER FOUR

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ

Главный редактор

Будаев Эдуард Владимирович, доктор филологических наук, профессор кафедры межкультурной коммуникации, риторики и русского языка как иностранного Уральского государственного педагогического университета.

Члены редколлегии

Аникина Татьяна Вячеславовна, кандидат филологических наук, зав. кафедрой иностранных языков и русской филологии НТГСПИ (ф) РГППУ.

Голубкова Екатерина Евгеньевна, доктор филологических наук, профессор кафедры лексикологии английского языка Московского государственного лингвистического университета.

Дзюба Елена Вячеславовна, доктор филологических наук, профессор Гуманитарного института Санкт-Петербургского политехнического университета Петра Великого.

Кириллов Виктор Михайлович, доктор исторических наук, профессор кафедры гуманитарных и социально-экономических наук НТГСПИ (ф) РГППУ.

Кушнерук Светлана Леонидовна, доктор филологических наук, профессор кафедры теории и практики английского языка Челябинского государственного университета.

Ларионова Марина Бариевна, кандидат исторических наук, зав. кафедрой документоведения, истории и правового обеспечения Российского государственного профессионально-педагогического университета.

Неклюдов Евгений Георгиевич, доктор исторических наук, главный научный сотрудник Института истории и археологии УрО РАН.

Ольховиков Константин Михайлович, доктор философских наук, профессор кафедры социологии и технологий государственного и муниципального управления Уральского федерального университета имени первого Президента России Б. Н. Ельцина.

Попова Татьяна Георгиевна, доктор филологических наук, профессор кафедры английского языка Военного университета Министерства обороны РФ.

Поршнева Ольга Сергеевна, доктор исторических наук, заведующий кафедрой теории и истории международных отношений Уральского федерального университета имени первого Президента России Б. Н. Ельцина.

Сериков Юрий Борисович, доктор исторических наук, ведущий научный сотрудник НТГСПИ (ф) РГППУ.

Солопова Ольга Александровна, доктор филологических наук, профессор кафедры лингвистики и перевода Южно-Уральского государственного университета (национального исследовательского университета).

Чудакова Наиля Муллахметовна, кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков и русской филологии НТГСПИ (ф) РГППУ

Чудинов Анатолий Прокопьевич, доктор филологических наук, заведующий кафедрой межкультурной коммуникации, риторики и русского языка как иностранного Уральского государственного педагогического университета.

Editor-in-Chief

Budaev E. V., Doctor of Philological Sciences, Professor of the Department of Intercultural Communication, Rhetoric and Russian as a Foreign Language at Ural State Pedagogical University.

Editorial Board

Anikina T. V., Candidate of Philological Sciences, Head of Department of Foreign Languages and Russian Philology at Nizhny Tagil State Social Pedagogical Institute (branch) of Russian State Vocational Pedagogical University.

Chudakova N. M., Candidate of Philological Sciences, Associate Professor of the Department of Foreign Languages and Russian Philology at Nizhny Tagil State Social Pedagogical Institute (branch) of Russian State Vocational Pedagogical University.

Chudinov A. P., Doctor of Philological Sciences, Head of Department of Intercultural Communication, Rhetoric and Russian as a Foreign Language at Ural State Pedagogical University.

Dzyuba E. V., Doctor of Philological Sciences, Professor of Institute of Humanities at Saint-Petersburg State Polytechnic University.

Golubkova E. E., Doctor of Philological Sciences, Professor of the Department of English Lexicology at Moscow State Linguistic University.

Kirillov V. M., Doctor of Historical Sciences, Professor of Department of Humanities and Socio-Economic Sciences at Nizhny Tagil State Social Pedagogical Institute (branch) of Russian State Vocational Pedagogical University.

Kushneruk S. L., Doctor of Philological Sciences, Professor of Department of Theory and Practice of the English Language at Chelyabinsk State University.

Larionova M. B., Candidate of Historical Sciences, Head of Department of Document Studies, History and Legal Enforcement at Russian State Vocational Pedagogical University.

Neklyudov E. G., Doctor of Historical Sciences, Principal Researcher of Institute of History and Archaeology at Ural Branch of Russian Academy of Sciences.

Olkhovikov K. M., Doctor of Philosophical Sciences, Professor of Department of Sociology and Technologies of State and Municipal Administration at Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin.

Popova T. G., Doctor of Philological Sciences, Professor of the English Language Department at The Military University of the Ministry of Defense of the Russian Federation.

Porshneva O. S., Doctor of Historical Sciences, Head of Department of Theory and History of International Relations at Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin.

Serikov Yu. B., Doctor of Historical Sciences, Leading Researcher at Nizhny Tagil State Social Pedagogical Institute (branch) of Russian State Vocational Pedagogical University.

Solopova O. A., Doctor of Philological Sciences, Professor of Department of Linguistics and Translation at South Ural State University (National Research University).

СОДЕРЖАНИЕ

ИСТОРИЯ

Кайдышева Н. Н.

- Благотворительная деятельность тагильчан
в 1922–1991 гг.: к вопросу о модели
советской благотворительности 8

ФИЛОЛОГИЯ

Аникина Т. В., Шкоденко Д. И.

- Структурные особенности
фразеологических единиц
в англо- и русскоязычных рекламных текстах 27

Несынова Ю. В., Воробьева Е. А.

- Трансформация традиций готического романа
в творчестве А. В. Иванова
(на примере романа «Пищеблок») 41

Парнелл Е. П.

- Метафорическая модель VIE EST ART
во французском песенном дискурсе 62

Пнджоян С. А.

- Безэквивалентные фразеологические единицы
с колоративным компонентом в английском языке 75

Фурлета В. С., Будаев Э. В.

- Оценки статуса
и профессионализма полиции
в СМИ Германии 92

- Информация для авторов 109

CONTENTS

HISTORY

Kaidysheva N. N.

The Soviet charitable activities of Tagil residents
in 1922–1991: to the question of the model of Soviet charity..... 8

PHILOLOGY

Anikina T. V., Shkodenko D. I.

Structural peculiarities of phraseological units
in English and Russian advertising texts..... 27

Nesynova Yu. V., Vorobyova E. A.

Transformation of gothic novel traditions
in the works of A. V. Ivanov
(on the example of the novel "The Food Hall") 41

Parnell E. P.

Metaphorical model VIE EST ART
in French song discourse 62

Pndzhoyan S. A.

Non-equivalent phraseological units
with a color component in English 75

Furleta V. S., Budaev E. V.

Assessments of the status and professionalism
of the police in the German media 92

Submission Guidelines..... 109

ИСТОРИЯ

УДК 908

БЛАГОТВОРИТЕЛЬНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ТАГИЛЬЧАН В 1922–1991 ГГ.: К ВОПРОСУ О МОДЕЛИ СОВЕТСКОЙ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ

Н. Н. Кайдышева

Нижнетагильский государственный социально-педагогический институт (филиал) Российского государственного профессионально-педагогического университета
Нижний Тагил, Россия
kainatalya@yandex.ru

Аннотация. Настоящая статья посвящена изучению истории добровольчества в Советском Союзе на примере г. Нижний Тагил. Автор обосновывает тезис о том, что социальные практики советских граждан являлись проявлением благотворительности. В работе показан широкий спектр форм благотворительности населения Нижнего Тагила и их эволюция от популярных в царской России практик социального участия до утверждения волонтерства в качестве основного способа социальной помощи нуждающимся. Временем наибольшей благотворительной активности стал период Великой Отечественной войны, характеризующийся напряжением всех сил советского народа. Отмечено, что значительную роль в развитии благотворительных начал играла государственная власть, содействовавшая распространению идей солидарности и бескорыстной деятельности на благо общества. Подчеркивается высокая степень включенности советских граждан в добровольческое благотворительное движение. В статье сделан вывод о том, что огосударствление жизни всех сфер советского общества и отказ власти признавать благотворительность как общественно полезную практику не отменили ее как явление.

Ключевые слова: добровольчество, волонтерство, благотворительные практики, Советский Союз, пожертвования, общественные организации.

1. Введение

В современной России наблюдается устойчивое увеличение числа людей и организаций, вовлеченных в благотворительную деятельность. Благотворительность расширяет масштабы и векторы своего развития, обретая новые формы и институциональные очертания. Во многом это обусловлено значительным социальным расслоением российского общества, ростом числа нуждающихся в помощи. Участие в благотворительных практиках выступает и одним из способов самореализации российских граждан, каналом включения в общественную деятельность. В связи с этим представля-

ется важным обращение к опыту отечественной благотворительности. Изучение благотворительности в СССР позволит показать ценностный срез советского общества, степень социального участия советских граждан, реконструировать существовавшую в СССР модель благотворительности.

В нашей статье под благотворительностью мы будем понимать добровольную социальную деятельность, связанную с безвозмездной передачей материальных ценностей, в том числе и созданных трудом в процессе самой благотворительной деятельности, и направленную на достижение большего социального благополучия. Синонимичные понятия «добровольчество» и «волонтерство», используемые в работе, представляют собой одну из форм благотворительной деятельности, под которой понимают помощь личным участием, трудовую помощь.

Изучение проблемы благотворительности в СССР делится на два этапа: советский и современный. Работы, появившиеся еще в 1920-е гг., освещают деятельность массовых объединений, создававшихся для борьбы с природными и социальными катаклизмами: голодом, детской беспризорностью и пр., в частности, крестьянских и казачьих обществ взаимопомощи [Милютин, 1925]. Исследователи отмечали благотворительный характер их деятельности. Например, Е. В. Болдырев, изучая работу социальных инспекций, организуемых для ликвидации детской беспризорности, указывал, что действовали они при государственных комиссиях по делам несовершеннолетних на добровольных началах, а деятельность социальных инспекторов по своей сути являлась волонтерством [Болдырев, 1964, с. 361]. На привлечение значительных по своим масштабам общественных сил обращали внимание исследователи, писавшие о ликвидации безграмотности в советском государстве [Бобрышев, 1925, с. 34]. Л. Г. Бабиченко, Л. И. Деревнина и др., занимавшиеся исследованием деятельности Международной организации помощи борцам революции (МОПР), приходят к выводу о том, что МОПР стала самой многочисленной организацией, чьи материальные и финансовые ресурсы формировались за счет членских взносов и добровольных пожертвований от населения [Бабиченко, 1970, с. 214; Деревнина, 1982, с. 93]. Упоминания о благотворительности в советском обществе встречаются в работах более позднего периода. Написанные на разную тематику, они показывают примеры консолидации общественных сил и социального участия советских граждан [Шибков, 1957; Бахтин, 1961; Суханов, 1975; Коржихина, 1981]. Следует сказать, что в связи с идеологическим запретом на работы по данной тематике, число трудов по вопросам благотворительности в советский период было незначительным, а исследования обобщающего характера так и не появились.

Проблематика работ современной историографии благотворительности в СССР значительно шире. Исследуется участие женщин в благотворительном движении [Лопатина, 217; Кириченко, 2010]. Детальному анализу

подверглась история работы различных общественных организаций и массовых движений советского государства, в частности, деятельности обществ крестьянской взаимопомощи, общества «Долой неграмотность», советского Красного Креста, тимуровского движения [Григорьев, 1997; Степанова, 2006; Шонус, 2021; Мухамедов, 2019]. Исследователями отмечаются добровольность, значительные масштабы осуществляемой такими объединениями благотворительной практики [Шонус, 2021, с. 16, 17; Григорьев, 1997, с. 34]. Изучаются современными исследователями запретные в советский период темы, в частности, вопросы участия Русской православной церкви в решении социальных проблем советского общества, добровольчество как проявление благотворительности [Шкаровский, 2015; Горлова, 2018; Плескач, 2024]. Появляются диссертационные исследования, в которых представлен анализ самых разных сторон благотворительности как явления [Субаева, 2004; Горлова 2021]. Широкой тематикой представлены региональные работы по изучению благотворительности в советский период, в том числе на материалах Урала [Высотских, 2012; Брыксин, 2015; Гоманенко, 2023; Бурдина, 2023; Наволоцкая, 2023; Сажина, 2003; Винник, 2020; Левина, 2023; Магомедов, 2024].

Поворотным шагом современной исторической науки при изучении вопросов благотворительной деятельности в советской России стало признание распространенности форм благотворительной помощи различным категориям нуждающихся. Исследователями при этом с осторожностью используется сам термин «благотворительность». Полагаем, что это связано с нехваткой работ обобщающего характера, в частности, по анализу мотивов участия советских граждан в добровольческом движении, что требует привлечения более широкого круга источников, в том числе личного происхождения.

2. Материал и методика исследования

В качестве источников в настоящей работе использованы делопроизводственная документация городского Общества «Долой неграмотность», крестьянских комитетов Общественной взаимопомощи, Нижнетагильского комитета Красного Креста, отложившаяся в фондах Нижнетагильского городского исторического архива (НТГИА), материалы о деятельности местной ячейки Международной организации помощи борцам революции, тимуровского движения, городских пионерских и комсомольских организаций, женсоветов из фондов музея-заповедника «Горнозаводской Урал», материалы периодической печати, представленные заметками газеты «Тагильский рабочий» о добровольческих инициативах тагильчан, многочисленных благотворительных акциях.

Применение в работе метода исторической реконструкции дает возможность на материалах Нижнего Тагила показать масштабы благотворительного движения в советском обществе, направления и формы благотво-

рительности, представить облик советского добровольца и определить характерные черты благотворительности в этот период. Историко-сравнительный метод позволяет сопоставить досоветскую и советскую модели благотворительности как социокультурного феномена.

3. Анализ

В дореволюционный период благотворительность в России, получила широкое распространение, наиболее активно развиваясь в годы военных потрясений и природных бедствий. В нее были вовлечены не только имущие слои населения и духовенство, но и значительная часть горожан, сельского и заводского населения. Престижным и общественно полезным делом считалось членство в благотворительных организациях и участие в организуемых ими благотворительных мероприятиях. Наибольшего масштаба в дореволюционной России благотворительное движение достигло в годы Первой мировой войны. Многочисленные сюжеты благотворения являли собой примеры патриотизма и гражданственности. С приходом советской власти и распространением социалистической идеологии отношение к благотворительности во власти стало меняться. Строительство общества нового типа не предполагало существования бедных, но предусматривало заботу обо всех и каждом со стороны государства, потому благотворительность стала рассматриваться как буржуазный пережиток, как феномен, могущий существовать исключительно в капиталистическом обществе, в социалистическом же обществе — совершенно ненужный.

Действительно, советское государство постепенно стало распространять свою заботу на все категории населения. Однако социально-экономические проблемы, с которыми столкнулась советская власть уже в первые годы, низкий уровень материального благосостояния советских граждан, существование особо незащищенных категорий населения не позволили исчезнуть из жизни советского общества таким понятиям, как «взаимопомощь», «добровольчество», «пожертвования». Благотворительность хоть и не упоминалась в официальных документах и публичных речах, сохранилась как социокультурное явление, обретя в силу новых идеологических установок свои уникальные черты.

Одной из первых проблем на пути построения социалистического общества стал голод начала 1920-х гг. Новая власть, не имевшая для борьбы с ним достаточных ресурсов, стала использовать уже известные способы помощи пострадавшим, широко распространенные в дореволюционной России. По всей стране открывались крестьянские комитеты Общественной взаимопомощи [см., например: Калинин, 1925, с. 26; Бахтин, 1961, с. 24; Морозов, 2023, с. 76, 77]. В Нижнем Тагиле это были выборные крестьянские организации, призванные бороться с последствиями неурожая и «смягчить ужасы голода» [НТГИА, ф. 10, оп. 1, д. 94, л. 45]. Комитеты создавались как постоянно действующие организации «в помощь односельчанам, впавшим в нужду при всяких бедствиях (наводнениях, болезнях и пр.)» [НТГИА, ф.

10, оп. 1, д. 94, л. 45. об.]. Традиционными для российской благотворительности были и формы оказания такой помощи, как устройство постоянных и временных детских домов и яслей, домов для инвалидов и стариков и т. п. Помимо средств, предоставлявшихся для этих целей государством, в числе источников доходов комитетов значились обязательные или добровольные самообложения и пожертвования, которые должны были иметь исключительно добровольный характер [НТГИА, ф. 10, оп. 1, д. 94, л. 47]. Приложения общественных сил требовала и проблема детской беспризорности. В сентябре 1924 г. в Нижнем Тагиле было открыто общество «Друзья детей», задачами которого являлись социально-правовая защита беспризорных детей и улучшение их быта [НТГИА, ф. 7, оп. 1, д. 2, л. 6]. Членство в обществе предусматривало уплату членского взноса и помощь в организации благотворительных мероприятий. В 1925 г. в ходе двухнедельника в пользу беспризорных детей было организовано 8 спектаклей, 2 киносеанса, собрано добровольных пожертвований от профсоюзов города и женотдела на сумму более 5 тыс. руб. [НТГИА, ф. 7, оп. 1, д. 2, л. 7, 8].

В последующие годы советской власти наряду с утверждением новых форм помощи нуждающимся сохранились и традиционные для предшествующего исторического периода. Например, для оказания помощи погорельцам соседнего с Нижним Тагилом пос. Шиловка учителями и учащимися школы № 12 в 1930 г. были организованы субботник, кружечный сбор и сбор вещевых пожертвований [Тагильский рабочий, 1930, № 118, с. 4]. Кружечные сборы, сборы денежных и вещевых пожертвований в 1920–1930-х гг. регулярно проводились в Нижнем Тагиле местным комитетом Международной организации помощи борцам революции, созданной в 1922 г. [Тагильский рабочий, 1930, № 93, с. 4]. С началом 1930-х гг. в советском государстве получила распространение идея использования дирижаблей в народном хозяйстве, и в Советском Союзе повсеместно стали открываться фонды на развитие дирижаблестроения, формирование которых осуществлялось за счет добровольных пожертвований. В пополнении этого фонда участвовали и жители Нижнего Тагила [Тагильский рабочий, 1930, № 248, с. 3].

Создававшиеся в новом социалистическом государстве организации в массе своей инициировались властью, потому, казалось бы, не приходится говорить о том, что участие в их деятельности могло иметь исключительно добровольный характер. Однако и в дореволюционной России значительная часть благотворительных организаций появилась благодаря инициативам государства, а в пореформенный период — земств, что давало возможность власти аккумулировать частные и общественные пожертвования и привлекать значительные людские ресурсы для решения социально значимых задач.

Подобным образом, но на иных идеологических основаниях действовала и советская власть. В 1920-е гг. в СССР началась масштабная кампания

по борьбе с неграмотностью, в стране массово организовывались общества «Долой неграмотность», участие в деятельности которых предполагало уплату членского взноса, безвозмездную помощь в обучении неграмотных и проведение просветительской работы. В работу его местных ячеек по всей стране было вовлечено значительное число учителей, комсомольцев, рабочих [Мороз, 2020, с. 43; Мухамедов, 2019, с. 21]. Способами пополнения бюджетов обществ «Долой неграмотность» часто выступали благотворительные мероприятия, как это было, например, в некоторых уездах Иваново-Вознесенской и Костромской губерний [Горюнова, 2012, с. 188]. В Нижнем Тагиле в 1921 г. было создано окружное правление Общества «Долой неграмотность» [НТГИА, ф. 323, оп. 1, д. 17, л. 31 об]. Его деятельность была организована с привлечением благотворительных средств от спектаклей и сборов пожертвований, которые расходовались на приобретение специальной литературы и учебников [НТГИА, ф. 26, оп. 1, д. 91, л. 7 об]. На начало 1921 г. в городе действовало 15 школ, а в 1924 г. — уже 23, число членов которых составило 537 человека [НТГИА, ф. 26, оп. 1, д. 89, л. 14]. К участию в движении по борьбе с неграмотностью привлекались учащая молодежь и школьники. В марте 1924 г. был открыт кружок по борьбе с неграмотностью при школе имени Н. К. Крупской, действовавший под руководством учителя школы А. В. Маркина. Ученики — члены кружка — занимались обучением технического персонала школы и приемника для беспризорных детей, во время проведения в городе трехдневника по борьбе с безграмотностью продавали значки и газеты и организовали кружечный сбор, давший 40 руб. золотом [НТГИА, ф. 26, оп. 1, д. 92, л. 107, 108].

В годы Великой Отечественной войны благотворительность отличалась не только значительными масштабами, но и многообразием форм. В первые же месяцы войны в стране был создан фонд обороны, куда стекались пожертвования, сбор которых нередко инициировали сами граждане. В Нижнем Тагиле в фонд обороны однодневный заработок передали в самом начале войны рабочие, техники и служащие завода им. Дзержинского [Тагильский рабочий, 1941, № 186, с. 3]. Ежемесячно однодневный заработок перечислял весь коллектив гостиницы «Северный Урал». Работники гостиницы организовали сбор ягод и грибов, деньги от продажи которых также направили в фонд обороны [Тагильский рабочий, 1941, № 200, с. 3]. Суммы в размере от однодневного до двухнедельного заработка передавали на эти цели работники и других предприятий Нижнего Тагила [Тагильский рабочий, 1941, № 200, с. 3; Тагильский рабочий, 1941, № 183, с. 3]. Как уже было отмечено, новой формой гражданской активности в советский период стали субботники, являвшиеся в годы войны одной из форм благотворительности. Газета «Тагильский рабочий» писала, что коммунистический субботник железнодорожников станции Нижний Тагил собрал всех свободных рабочих депо. Все заработанные средства в размере 800 руб. были переданы в фонд обороны [Тагильский рабочий, 1941, № 180, с. 3].

Одной из распространенных форм благотворительной деятельности в годы Великой Отечественной войны стал сбор теплых вещей для воинов. В Нижнем Тагиле такого рода благотворительные акции проводились с самого начала военных действий, нередко их участниками становились все работники участвовавшего в сборе предприятия [Тагильский рабочий, 1941, № 225, с. 3]. Многочисленными упоминаниями о пожертвованиях и волонтерской деятельности тагильчан изобилует местная пресса и делопроизводственная документация предприятий Нижнего Тагила, например, завода им. Куйбышева [НТГИА, ф. 12, д. 208, л. 211–272]. Объемы пожертвований часто были довольно значительны: посылки с теплой одеждой и другими необходимыми вещами отправлялись на фронт тысячами [Тагильский рабочий, 1941, № 280, с. 3]. К делу помощи армии привлекались не только работники предприятий. Школьники города организовывали сбор лекарственных трав, металлолома, направлявшегося для производства танков и самолетов [Тагильский рабочий, 1941, № 155, с. 3; Тагильский рабочий, 1941, № 156, с. 3].

Благотворительная активность советских граждан зачастую являлась откликом на призывы наиболее деятельных общественников предприятий или руководства страны. Накануне празднования 1942 г. по инициативе стахановцев Станкостроительного завода им. Я. М. Свердлова в Сталинском районе Нижнего Тагила развернулась кампания по отправке воинам Красной Армии новогодних подарков, состоявших из печенья, табака, карандашей, вышитых кисетов, носовых платков, теплых вязаных вещей и т. п. Акция превратилась в настоящее социалистическое соревнование. Газета «Тагильский рабочий» писала: «В нашем районе нет ни одной организации, ни одного коллектива, которые бы остались в стороне от этой большой и важной работы. Наоборот, металлурги, коксовики, железнодорожники соревновались между собой за первенство. На коксовом заводе многие рабочие затратили на посылки до двух и трехдневному заработку, а работница т. Куклина — пятидневный заработок» [Тагильский рабочий, 1942, № 1, с. 3]. Всплеском добровольческой активности было отмечено в Нижнем Тагиле и начало 1943 г. «Значительно усилился приток средств в фонд обороны после приветственной телеграммы тов. Сталина, — сообщала тагильская пресса. — Всего на танковую колонну от комсомольцев и несоюзной молодежи Тагила поступило 1 миллион 200 тысяч рублей» [Тагильский рабочий, 1943, № 1, с. 2].

Создание танковых колонн и уральского добровольческого танкового корпуса стало для жителей Нижнего Тагила одним из основных векторов помощи армии в годы Великой Отечественной войны. Страницы главной тагильской газеты изобиловали заметками на эту тему. Их названия демонстрировали патриотизм всех слоев советского общества: «На танк — советский школьник», «На танк — советский студент» и пр. [Тагильский рабочий, 1943, № 11, с. 3; Тагильский рабочий, 1943, № 12, с. 3]. Как правило,

таким акциям предшествовали собрания коллективов, что должно было обеспечить массовое участие и высокие сборы. В январе 1943 г. в сборе средств на боевую технику для Красной Армии приняли участие студенты горно-металлургического техникума и эвакуированного в Нижний Тагил Криворожского горного института. Сумма собранных средств составила 70 тыс. руб., 62 тыс. 809 руб. внесли на танковую колонну пионеры Нижнего Тагила [Тагильский рабочий, 1943, № 12, с. 3; Научный архив музея-заповедника «Горнозаводской Урал», НВ — 3652]. За годы войны молодежь Нижнего Тагила на танковую колонну «Свердловский комсомолец» собрала 476 тыс. руб. [Научный архив музея-заповедника «Горнозаводской Урал», НВ — 3652].

Значительной по своим масштабам в годы войны стала помощь жителей тыловых районов страны эвакуированным с западных регионов. Однако подсчитать объемы этой помощи не представляется возможным в силу того, что в массе своей она имела неорганизованный характер. В Нижний Тагил переселяли население из Ленинграда и Ленинградской области, Латвии, Белоруссии, Украины, Молдавии, Азербайджана. Жители города снабжали прибывавших теплой одеждой, брали в семьи детей, потерявших родных [Научный архив музея-заповедника «Горнозаводской Урал», НВ — 25380/1–63].

Как и в годы последних войн Российской империи, во время Великой Отечественной войны получило развитие женское добровольчество. Работницы завода им. Куйбышева в Нижнем Тагиле организовали пошив постельного и нательного белья, меховых жилетов для воинов Красной Армии [Тагильский рабочий, 1941, № 223, с. 3]. Жительницы Нижнего Тагила оказывали помощь больным и раненым воинам Красной Армии. Например, работницы депо станции Нижний Тагил создавали отряды медицинских сестер, занимавшихся транспортировкой раненых, прибывавших с фронта, в городские госпитали. По воспоминаниям одной из сестер-дружинниц Н. Кузнецовой (Кротовой), в годы войны 150 девушек, окончивших при местном отделе Красного Креста курсы медицинских сестер, ухаживали за ранеными, сдавали для них кровь, писали письма их родным, заготавливали топливо для обеспечения бесперебойной работы паровозов [Научный архив музея-заповедника «Горнозаводской Урал», НВ — 25380/ 1–63]. Многочисленные женские добровольческие объединения, получившие название женсоветов, создавались при предприятиях, учреждениях, органах власти, их члены в основном выступали в качестве волонтеров, осуществляя обследование семей нуждающихся, организацию помощи и при необходимости помогая личным трудом. Широкое распространение в советском обществе получили различного рода комитеты и кассы взаимопомощи, создававшиеся и в военный период, характеризующийся значительным снижением материального благополучия советских граждан. В 1943 г. фонд денежных средств для оказания материальной помощи нуждающимся создал Совет жен при

Отделе государственного обеспечения рудника имени III Интернационала [Тагильский рабочий, 1943, № 265, с. 2].

Несмотря на низкий уровень жизни практически всех без исключения рядовых советских граждан, в условиях войны главной категорией нуждающихся в помощи стали семьи фронтовиков. Основным объемом оказываемой им помощи в виде талонов на продукты, товаров первой необходимости, денежных пособий, ссуд и др. предоставлялся предприятиями и учреждениями, бравшими их под свою опеку, однако и здесь находилось место добровольчеству. Работники предприятий помогали семьям воинов в доставке сена, дров, шили и вязали одежду, осуществляли ремонт жилья, переводили в фонд особо нуждающихся фронтовиков денежные средства в размере однодневного заработка [Тагильский рабочий, 1944, № 11, с. 2; Тагильский рабочий, 1944, № 256, с. 2]. Популярной формой добровольчества в советский период стало тимуровское движение. В 1945 г. в городе числилось 19 тимуровских команд в количестве 1 тыс. 900 человек. В последний военный год тимуровцы собрали 1 тыс. 200 кг лекарственных трав и распилили семьям воинов 600 куб. метров дров [Научный архив музея-заповедника «Горнозаводской Урал», НВ — 3652].

Семьи воинов стали постоянной заботой общества и в первые послевоенные годы. В добровольческую деятельность были вовлечены работники предприятий, где трудились воины до ухода в армию, а значительная доля организационной работы легла на женсоветы и специально созданные опекунские советы, которые не только обеспечивали семьи бывших фронтовиков всем необходимым, но и участвовали в их трудоустройстве [Тагильский рабочий, 1946, № 31, с. 4]. В апреле 1946 г. коллективы артелей Нижнего Тагила «Красный октябрь», «Объединение», «Металлист», работники Тагилторга оказывали помощь женам и членам семей фронтовиков в овладении сложными профессиями [Тагильский рабочий, 1946, № 72, с. 2]. Зачастую такие мероприятия организовывались в преддверии праздников. Акция комсомольцев и молодежи Ново-Тагильского металлургического завода по организации помощи детям-сиротам и воспитанникам детского дома, чьи отцы и старшие братья погибли во время войны, была приурочена к 30-й годовщине Октябрьской революции. В сентябре 1947 г. при финансовой поддержке партийной и хозяйственной организаций завода ими было собрано 7 тыс. руб., материалы и сырье для организации при детском доме № 1 производственных мастерских, заготовлено 60 кубометров дров и 20 т кокса. Молодежь завода отремонтировала для детского дома грузовую машину и взяла на себя обязанность оборудовать к зиме каток и ледяную горку [Тагильский рабочий, 1947, № 192, с. 2].

Под опекой общества продолжали оставаться те воины, которые после окончания войны вынуждены были получать длительное лечение. Библиотекари центральной библиотеки Уралвагонзавода три раза в неделю приносили в больницу при заводе последние номера журналов «Огонек», «Вокруг

света», «Крокодил» и др., читали журналы вслух. Как отмечалось в газете «Тагильский рабочий», это была личная инициатива сотрудниц библиотеки. Также по собственной инициативе они снабжали в больнице при заводе художественной литературой служащих и рабочих завода [Тагильский рабочий, 1947, № 148, с. 2].

Одной из наиболее массовых общественных организаций Советского Союза являлся Красный Крест. В послевоенные годы эта организация стала каналом воспитания социальной ответственности советских граждан. Основными формами его работы в Нижнем Тагиле стали привлечение добровольных доноров, обучение советских граждан здоровому образу жизни и по программе гражданской обороны, подготовка санитарных активистов по уходу за больными на дому, выпуск санитарных бюллетеней и проведение просветительской работы [НТГИА, ф. 373, оп. 1, д. 30, л. 80, 84; НТГИА, ф. 373, оп. 1, д. 41, л. 20]. Ежегодно нижнетагильский Красный Крест проводил «Дни донора». В 1973 г. безвозмездными донорами стали 12 тыс. 228 человек, в 1979 г. их число составило 21 тыс. 208 человек [НТГИА, ф. 373, оп. 1, д. 30, л. 91; НТГИА, ф. 373, оп. 1, д. 41, л. 16]. В 1979 г. участковые врачи — члены организации при поликлиниках и домоуправлениях — подготовили 6 тыс. 195 санитарных активистов, которые оказали помощь на дому 1 тыс. 937 одиноким инвалидам войны и труда, больным с хроническими заболеваниями [НТГИА, ф. 373, оп. 1, д. 41, л. 20].

4. Заключение

Приведенные факты свидетельствуют о том, что благотворительность как явление в советский период не только не исчезла, но и получила самое широкое развитие, достигнув наибольших масштабов в годы Великой Отечественной войны. Благотворительная деятельность, представленная в этот период широким спектром организационных форм, за годы советской власти претерпела изменения, что было обусловлено распространением социалистической идеологии. В довоенный период и в годы Великой Отечественной войны значительное развитие получили формы, бытовавшие в царской России: спектакли, кружечные сборы, сборы вещевых и денежных пожертвований. В это время советская власть остро нуждалась в ресурсах общества, с помощью которых решались острые социальные проблемы. С развитием социальной инфраструктуры, повышением материального благосостояния населения подобные практики отходят на второй план и развитие получают новые способы социальной участия, основной из которых постепенно становится волонтерство.

Общественные практики в советском обществе, как и все другое, находились под неусыпным контролем властей разных уровней. Отличительной чертой жизни советского общества стало активное привлечение советских граждан к участию в государственных общественно полезных, в том числе благотворительных проектах, что, конечно, не являлось совершенно новым

явлением российской действительности, однако в советском обществе обрело невероятные масштабы. В общественные практики благотворительного характера были вовлечены значительные массы населения: служащие, рабочие, комсомольцы, некомсомольская молодежь, пионеры, другие школьники.

Несмотря на высокую подконтрольность жизни советских граждан и регулирование властью всех форм социальной активности, в советском обществе оставалось место инициативе и добровольчеству. Распространенность практик социального участия способствовала развитию социальной ответственности советских граждан.

Список литературы

Бабиченко, Л. Г. Первый этап деятельности МОПРа / Л. Г. Бабиченко. — Текст : непосредственный // Вопросы истории. — 1970. — № 10. — С. 212–215.

Бахтин, М. И. Союз рабочих и крестьян в годы восстановления народного хозяйства / М. И. Бахтин. — Москва : Соцэкгиз, 1961. — 292 с. — Текст : непосредственный.

Бобрышев, В. Год работы по ликвидации неграмотности / В. Бобрышев. — Москва : Долой неграмотность, 1925. — 46 с. — Текст : непосредственный.

Болдырев, Е. В. Меры предупреждения правонарушений несовершеннолетних в СССР / Е. В. Болдырев. — Москва : Наука, 1964. — 368 с. — Текст : непосредственный.

Брыксин, И. И. Добровольческое движение в годы Великой Отечественной войны (по материалам Ярославской области) / И. И. Брыксин. — Текст : непосредственный // Научный диалог. — 2015. — № 12 (48). — С. 241–249.

Бурдина, Д. А. Привлечение населения СССР к оказанию помощи семьям с детьми в годы Великой Отечественной войны (на примере Байкальского региона) / Д. А. Бурдина. — Текст : непосредственный // Исторический журнал: научные исследования. — 2023. — № 4. — С. 44–53.

Винник, А. А. Творя добро: деятельность Красного Креста в Перми в послевоенный период (1947–1953) / А. А. Винник, Н. А. Субботина, В. А. Арестов. — Текст : непосредственный // Исторические типы человеческих сообществ : материалы I Всероссийской студенческой научной конференции (г. Казань, 29 февраля — 1 марта) ; под редакцией И. И. Шарифжанова, В. Е. Туманина, Л. К. Каримовой, О. В. Бодрова. — Казань : Грумант, 2020. — С. 114–118.

Высотских, И. К. Благотворительная деятельность в борьбе с детской беспризорностью в 1920-е гг. (по архивным материалам Вотской автономной области) / И. К. Высотских. — Текст: непосредственный // Вестник

Удмуртского университета. Серия: История и филология. — 2012. — № 4. — С. 114–118.

Гоманенко, О. А. Волонтерский труд женщин в условиях Второй мировой войны (на примере Средневолжского бассейнового комитета общества Красного Креста / О. А. Гоманенко, Е. Л. Головина. — Текст : непосредственный // Военно-исторические аспекты жизни юга России XVII–XXI вв.: вопросы изучения и музеефикации : материалы V Международной научно-практической конференции, приуроченной к 80-летию разгрома советскими войсками немецко-фашистских войск в Сталинградской битве (Волгоград, 1–2 октября 2020 г.). — Волгоград : Сфера, 2023. — С. 157–159.

Горлова, Н. И. Историческое развитие добровольчества (волонтерства) в советской России, СССР и современной России : специальность 5.6.1. «Отечественная история» : диссертация на соискание ученой степени доктора исторических наук / Горлова Наталья Ивановна ; ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет». — Краснодар, 2021. — 521 с. — Текст : непосредственный.

Горлова, Н. И. Отражение истории волонтерства советского периода в фондах центральных российских архивах / Н. И. Горлова. — Текст : непосредственный // Вестник Северного (Арктического) Федерального университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки. — 2018. — № 3. — С. 26–35.

Горюнова, А. Г. Общество «Долой неграмотность» в губерниях Верхнего Поволжья: организационный этап деятельности (1923–1924 гг.) / А. Г. Горюнова. — Текст : непосредственный // Наука и школа. — 2012. — № 2. — С. 187–189.

Григорьев, В. С. Организация общественной взаимопомощи русского крестьянства (1921–1941 гг.) : специальность 07.00.02 «Отечественная история» : автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора исторических наук / Григорьев Валерий Сергеевич ; Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова. — Москва, 1997. — 38 с. — Текст : непосредственный.

Деревнина, Л. И. Международные связи ленинградских рабочих в 1920-е годы / Л. И. Деревнина. — Текст : непосредственный // Вопросы истории. — 1982. — № 1. — С. 82–93.

Калинин, М. И. О крестьянских обществах взаимопомощи: речи, статьи, доклады / М. И. Калинин. — Москва : Профиздат, 1925. — 466 с. — Текст : непосредственный.

Кириченко, О. В. Женское православное подвижничество в России: XIX — середина XX в. : специальность 07.00.07 «Этнография, этнология, антропология» : автореферат диссертации на соискание ученой степени

доктора исторических наук / Кириченко Олег Викторович ; Ин-т этнологии и антропологии им. Н. Н. Миклухо-Маклая РАН. — Москва, 2010. — 38 с. — Текст: непосредственный.

Коржихина, Т. П. Общественные организации СССР в 1917–1936 гг. : учебное пособие / Т. Т. Коржихина ; под ред. Н. П. Ерошкина. — Москва : [Б. и.], 1981. — 96 с. — Текст: непосредственный.

Ксенофонтов, И. К. Состояние и развитие социального обеспечения в РСФСР / И. К. Ксенофонтов. — Москва : Взаимопомощь, 1925. — 62 с. — Текст: непосредственный.

Левина, И. А. Красно-крестное движение на Урале на рубеже 1920–1930-х гг.: по материалам публикаций «Уральского медицинского журнала» (1928–1931) / И. А. Левина, К. В. Кузьмин. — Текст : непосредственный // Системная интеграция в здравоохранении. — 2023. — № 2 (59). — С. 5–19.

Лопатина, Н. Л. Сестринский уход в войнах России XIX–XX вв. / Н. Л. Лопатина. — Текст : непосредственный // Медицинская сестра. — 2017. — № 3. — С. 52–55.

Магомедов, Р. Р. Донорское движение на Южном Урале в годы Великой Отечественной войны / Р. Р. Магомедов, Л. В. Гришакова. — Текст : непосредственный // Двенадцатые Большаковские чтения. Оренбургский край как историко-культурный феномен : сборник статей международной научно-практической конференции : в 2 томах ; Министерство просвещения Российской Федерации [и др.]; научный редактор С. В. Любичанковский. — Оренбург : Издательство ОГПУ, 2024. — С. 208–211.

Милютин, Н. А. Организация социальной взаимопомощи в деревне / Н. А. Милютин. — Москва : Нар. ком. соц. обесп., 1922. — 13 с. — Текст : непосредственный.

Мороз, А. И. Общество «Долой неграмотность» в Восточном Забайкалье / А. И. Мороз. — Текст : непосредственный // Эффективность реализации государственной молодежной политики: опыт регионов и перспективы развития : материалы VII Международной научно-практической конференции (г. Чита, 23 апреля 2020 г.). — Чита : ЗАБГУ, 2020. — С. 41–45.

Морозов, Н. М. Крестьянские комитеты общественной взаимопомощи Кузнецкого округа в 1922–1932 гг. / Н. М. Морозов. — Текст: непосредственный // Вестник Нижневартковского государственного университета. — 2023. — № 1 (61). — С. 76–83.

Мухамедов, Р. А. Организация и деятельность общества «Долой неграмотность» / Р. А. Мухамедов, Е. С. Федорова. — Текст : непосредственный // Известия Самарского научного центра Российской академии наук. Исторические науки. — 2019. — Т. 1. — № 3 (3). — С. 19–25.

Наволоцкая, Д. И. Деятельность губженотделов по охране материнства и младенчества в Архангельской губернии в начале 1920-х гг. / Д. И.

Наволоцкая, О. В. Чуракова / Текст : электронный // Труды Архангельского центра Русского географического общества = Collection of works of the Arkhangelsk center of the Russian geographical society : Выпуск 11 : сборник научных статей. — Архангельск : ООО «Консультационное информационно-рекламное агентство», 2023. — С. 147–151.

Плескач, Л. В. Эволюция социального феномена добровольчества в России / Л. В. Плескач. — Текст : непосредственный // Russian Economic Bulletin. — 2024. — Том 7. — № 2. — С. 17–24.

Сажина, Н. С. Деятельность государства и общественных организаций по ликвидации детской беспризорности в 1921–1928 гг. (на материалах Урала) : специальность 07.00.02 «Отечественная история» : автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата исторических наук / Сажина Наталья Сергеевна ; Уральский государственный университет им. А. М. Горького. — Екатеринбург, 2003. — 25 с. — Текст : непосредственный

Степанова, О. В. Исторический опыт совместной санитарно-просветительской работы органов здравоохранения и общества Красного Креста в Алтайском крае в первые послевоенные десятилетия / О. В. Степанова. — Текст : непосредственный // Ползуновский вестник. — 2006. — № 3–2. — С. 325–334.

Субаева, О. Н. Социальное служение как исторический феномен: 1701–2001 гг. : специальность: 07.00.02 «Отечественная история» : автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора исторических наук / Субаева Ольга Николаевна ; Московский государственный социальный университет. — Москва, 2004. — 52 с. — Текст : непосредственный.

Суханов, А. И. Из истории борьбы за ликвидацию безработицы в Удмуртии (1918–1930 гг.) / А. И. Суханов. — Текст : непосредственный // Вопросы истории Удмуртии : сборник научных статей. — Выпуск 3 ; редколлегия : М. А. Садаков (отв. ред.), М. В. Гришкина, Л. Ф. Шкляева. — Ижевск : Удмуртский научно-исследовательский институт истории, экономики, литературы и языка, 1975. — С. 78–99.

Шибков, А. А. Женщины России в медицинской школе и на войне (до XX века) / А. А. Шибков ; Науч. руководитель проф. С. М. Багдасарьян. — Ленинград : Военно-медицинская орден Ленина академия им. С. М. Кирова, 1957. — 151 с. — Текст : непосредственный.

Шкаровский, М. В. Социальная деятельность монастырей в Санкт-Петербурге в XX в. / М. В. Шкаровский. — Текст : непосредственный // Христианское чтение. — 2015. — № 5. — С. 262–280.

Шонус, И. Х. Исторический опыт скаутизма в Российской империи и тимуровского движения в СССР: сравнительный анализ / И. Х. Шонус. — Текст : непосредственный // Локус: люди, общество, культуры, смыслы. — 2021. — Т. 12, № 4. — С. 11–20.

Источники

Научный архив музея-заповедника «Горнозаводской Урал». НВ — 25380/ 1–63.

Научный архив музея-заповедника «Горнозаводской Урал». НВ — 3652.

НТГИА. Ф. 10. Оп. 1. Д. 94.

НТГИА. Ф. 12. Оп. 1. Д. 208.

НТГИА. Ф. 26. Оп. 1. Д. 89.

НТГИА. Ф. 26. Оп. 1. Д. 91.

НТГИА. Ф. 26. Оп. 1. Д. 92.

НТГИА. Ф. 373. Оп. 1. Д. 30.

НТГИА. Ф. 373. Оп. 1. Д. 41.

НТГИА. Ф. 373. Оп. 1. Д. 17.

НТГИА. Ф. 7. Оп. 1. Д. 2.

Тагильский рабочий. 1930. № 118.

Тагильский рабочий. 1930. № 248.

Тагильский рабочий. 1930. № 93.

Тагильский рабочий. 1941. № 155.

Тагильский рабочий. 1941. № 156.

Тагильский рабочий. 1941. № 180.

Тагильский рабочий. 1941. № 183.

Тагильский рабочий. 1941. № 186.

Тагильский рабочий. 1941. № 200.

Тагильский рабочий. 1941. № 200.

Тагильский рабочий. 1941. № 223.

Тагильский рабочий. 1941. № 225.

Тагильский рабочий. 1941. № 280.

Тагильский рабочий. 1942. № 1.

Тагильский рабочий. 1943. № 12.

Тагильский рабочий. 1943. № 1.

Тагильский рабочий. 1943. № 11.

Тагильский рабочий. 1943. № 265.

Тагильский рабочий. 1944. № 11.

Тагильский рабочий. 1944. № 256.

Тагильский рабочий. 1946. № 31.

Тагильский рабочий. 1946. № 72.

Тагильский рабочий. 1947. № 148.

Тагильский рабочий. 1947. № 192.

Статья получена: 25.10.2024

Статья принята: 29.10.2024

CHARITABLE ACTIVITIES OF TAGIL RESIDENTS IN 1922–1991: TO THE QUESTION OF THE MODEL OF SOVIET CHARITY

N. N. Kaidysheva

Nizhny Tagil State Social Pedagogical Institute (branch)
of the Russian State Vocational Pedagogical University
Nizhny Tagil, Russia
kainatalya@yandex.ru

Abstract. This article is devoted to the study of the history of volunteerism in the Soviet Union using the city of Nizhny Tagil as an example. The author substantiates the thesis that the social practices of Soviet citizens were a manifestation of charity. The work shows a wide range of forms of charity among the population of Nizhny Tagil and their evolution from the practices of social participation popular in Tsarist Russia to the establishment of volunteerism as the main method of social assistance to those in need. The period of the greatest charitable activity was the period of the Great Patriotic War, characterized by the tension of all forces of the Soviet people. It is noted that a significant role in the development of charitable principles was played by state power, which contributed to the dissemination of ideas of solidarity and selfless activity for the benefit of society. The high degree of involvement of Soviet citizens in the volunteer charity movement is emphasized. The article concludes that the state control of life in all spheres of Soviet society and the refusal of the authorities to recognize charity as a socially useful practice did not abolish it as a phenomenon.

Key words: volunteerism, volunteering, charitable practices, Soviet Union, donations, public organizations.

References

Babichenko, L. G. (1970). Pervyj etap deyatel'nosti MOPRa [The First Stage of the Activities of the MOPR]. *Voprosy istorii*, 10, 212–215.

Bakhtin, M. I. (1961). *Soyuz rabochih i krest'yan v gody vosstanovleniya narodnogo hozyajstva* [The Union of Workers and Peasants during the Years of Restoration of the National Economy]. Moscow: Sotsekgiz.

Bobryshev, V. (1925). *God raboty po likvidacii negramotnosti* [A Year of Work to Eliminate Illiteracy]. Moscow: Down with Illiteracy.

Boldyrev, E. V. (1964). *Mery preduprezhdeniya pravonarushenij nesovershennoletnih v SSSR* [Measures to Prevent Juvenile Delinquency in the USSR]. Moscow: Nauka.

Bryksin, I. I. (2015). Dobrovol'cheskoe dvizhenie v gody Velikoj Otechestvennoj vojny (po materialam YAroslavskoj oblasti) [Volunteer movement during the Great Patriotic War (based on materials from the Yaroslavl region)]. *Nauchnyj dialog*, 12 (48), 241–249.

Burdina, D. A. (2023). Privlechenie naseleniya SSSR k okazaniyu pomoshchi sem'yam s det'mi v gody Velikoj Otechestvennoj vojny (na primere

Bajkal'skogo regiona) [Involvement of the population of the USSR in providing assistance to families with children during the Great Patriotic War (using the Baikal region as an example)]. *Istoricheskij zhurnal: nauchnye issledovaniya*, 4, 44–53.

Derevnina, L. I. (1982). Mezhdunarodnye svyazi leningradskih rabochih v 1920-e gody [International relations of Leningrad workers in the 1920s]. *Voprosy istorii*, 1, 82-93.

Gomanenko, O. A., & Golovina, E. L. (2023). Volonterskij trud zhenshchin v usloviyah Vtoroj mirovoj vojny (na primere Srednevolzhskogo bassejnogo komiteta obshchestva Krasnogo Kresta [Volunteer work of women in the conditions of the Second World War (on the example of the Middle Volga Basin Committee of the Red Cross Society)]. *Military-historical aspects of life in the south of Russia in the 17th-21st centuries: issues of study and museification: materials of the V International scientific and practical conference dedicated to the 80th anniversary of the defeat of the Nazi troops by Soviet troops in the Battle of Stalingrad (Volgograd, October 1-2, 2020)* (pp. 157-159). Volgograd: Sfera.

Gorlova, N. I. (2018). Otrazhenie istorii volonterstva sovetskogo perioda v fondah central'nyh rossijskih arhivah [Reflection of the History of Volunteering in the Soviet Period in the Collections of the Central Russian Archives]. *Bulletin of the Northern (Arctic) Federal University. Series: Humanities and Social Sciences*, 3, 26–35.

Gorlova, N. I. (2021). *Istoricheskoe razvitiye dobrovol'chestva (volonterstva) v sovetskoj Rossii, SSSR i sovremennoj Rossii* [Historical development of volunteerism (volunteering) in Soviet Russia, the USSR and modern Russia] [Doctoral dissertation, Kuban State University].

Goryunova, A. G. (2012). Obshchestvo «Doloz negramotnost'» v guberniyah Verhnego Povolzh'ya: organizacionnyj etap deyatelnosti (1923–1924 gg.) [The “Down with Illiteracy” Society in the Provinces of the Upper Volga Region: Organizational Stage of Activity (1923–1924)]. *Nauka i shkola*, 2, 187–189.

Grigoriev, V. S. (1997). *Organizaciya obshchestvennoj vzaimopomoshchi rossijskogo krest'yanstva (1921–1941 gg.)* [Organization of public mutual aid of the Russian peasantry (1921-1941)] [Doctoral dissertation, Lomonosov Moscow State University].

Kalinin, M. I. (1925). *O krest'yanskih obshchestvah vzaimopomoshchi: rechi, stat'i, doklady* [On peasant mutual aid societies: speeches, articles, reports]. Moscow: Profizdat.

Kirichenko, O. V. (2010). *Zhenskoe pravoslavnoe podvzhnichestvo v Rossii: XIX — seredina XX v.* [Women's Orthodox asceticism in Russia: XIX – mid-XX centuries] [Doctoral dissertation, Institute of Ethnology and Anthropology named after N. N. Miklouho-Maclay of the Russian Academy of Sciences].

Korzhikhina, T. P. (1981). *Obshchestvennye organizacii SSSR v 1917–1936 gg.* [Public organizations of the USSR in 1917–1936 : study guide]. Moscow.

Ksenofontov, I. K. (1925). *Sostoyanie i razvitie social'nogo obespecheniya v RSFSR* [The state and development of social security in the RSFSR]. Moscow: Vzaimopomoshch.

Levina, I. A., & Kuzmin K. V. (2023). Krasno-krestnoe dvizhenie na Urale na rubezhe 1920–1930-h gg.: po materialam publikacij «Ural'skogo medicinskogo zhurnala» (1928–1931) [The Red Cross movement in the Urals at the turn of the 1920s–1930s: based on publications of the Ural Medical Journal (1928–1931)]. *System integration in health care*, 2 (59), 5–19.

Lopatina, N. L. (2017). Sestrinskij uhod v vojnah Rossii XIX–XX vv. [Nursing care in the wars of Russia in the 19th–20th centuries]. *Medicinskaya sestra*, 3, 52–55.

Magomedov, R. R., & Grishakova L. V. Donorskoe dvizhenie na YUzhnom Urale v gody Velikoj Otechestvennoj vojny [Donor movement in the Southern Urals during the Great Patriotic War], in Lyubichankovsky, S. V. (ed.) (2024). *The Twelfth Bolshakov Readings. The Orenburg region as a historical and cultural phenomenon* (pp. 208–211). Orenburg: OGPU Publishing House.

Milyutin, H. A. (1922). *Organizaciya social'noj vzaimopomoshchi v derevne* [Organization of social mutual assistance in the village]. Moscow: Nar. kom. soc. obesp.

Moroz, A. I. (2020). Obshchestvo «Doloi negramotnost'» v Vostochnom Zabajkal'e [Society "Down with Illiteracy" in Eastern Transbaikalia], in *Effectiveness of the implementation of state youth policy: experience of regions and development prospects* (pp. 41–45). Chita: ZabSU.

Morozov, N. M. (2023). Krest'yanskie komitety obshchestvennoj vzaimopomoshchi Kuzneckogo okruga v 1922–1932 gg. [Peasant committees of public mutual assistance of the Kuznetsk district in 1922–1932]. *Bulletin of the Nizhnevartovsk State University*, 1 (61), 76–83.

Mukhamedov, R. A., & Fedorova, E. S. (2019). Organizaciya i deyatelnost' obshchestva «Doloi negramotnost'» [Organization and activities of the society "Down with illiteracy"]. *Bulletin of the Samara Scientific Center of the Russian Academy of Sciences. Historical sciences*, 1, 3 (3), 19–25.

Navolotskaya, D. I., & Churakova, O. V. (2023). Deyatel'nost' gubzhenotdelov po ohrane materinstva i mladenchestva v Arhangel'skoj gubernii v nachale 1920-h gg. [Activities of provincial departments for the protection of motherhood and infancy in the Arkhangelsk province in the early 1920s]. *Collection of works of the Arkhangelsk center of the Russian geographical society*, 11, 147–151.

Pleskach, L. V. (2024). Evolyuciya social'nogo fenomena dobrovol'chestva v Rossii [Evolution of the social phenomenon of volunteerism in Russia]. *Russian Economic Bulletin*, 7(2), 17–24.

Sazhina, N. S. (2003). *Deyatel'nost' gosudarstva i obshchestvennykh organizacij po likvidacii detskoj besprizornosti v 1921–1928 gg. (na materialah Urala)* [Activities of the state and public organizations to eliminate child homelessness

in 1921–1928 (based on materials from the Urals)] [Candidate dissertation, Ural State University named after A. M. Gorky].

Shibkov, A. A. (1957). *Zhenshchiny Rossii v medicinskoj shkole i na vojne (do XX veka)* [Women of Russia in Medical School and at War (before the 20th Century)]. Leningrad: Military Medical Academy of the Order of Lenin named after S. M. Kirov.

Shkarovsky, M. V. (2015). Social'naya deyatel'nost' monastyrej v Sankt-Peterburge v XX v. [Social activities of monasteries in St. Petersburg in the 20th century]. *Hristianskoe chtenie*, 5, 262–280.

Shonus, I. H. (2021). Istoricheskij opyt skautizma v Rossijskoj imperii i timurovskogo dvizheniya v SSSR: sravnitel'nyj analiz [Historical experience of scouting in the Russian Empire and the Timur movement in the USSR: a comparative analysis]. *Locus: people, society, cultures, meanings*, 12(4), 11–20.

Stepanova, O. V. (2006). Istoricheskij opyt sovместnoj sanitarno-prosvetitel'skoj raboty organov zdравоохранения i obshchestva Krasnogo Kresta v Altajskom krae v pervye poslevoennye desyatiletija [Historical experience of joint health education work of health authorities and the Red Cross Society in the Altai Territory in the first post-war decades]. *Polzunovskij Vestnik*, 3–2, 325–334.

Subaeva, O. N. (2004). *Social'noe sluzhenie kak istoricheskij fenomen: 1701–2001 gg.* [Social service as a historical phenomenon: 1701–2001] [Doctoral dissertation, Moscow State Social University].

Sukhanov, A. I. (1975). Iz istorii bor'by za likvidaciyu bezraboticy v Udmurtii (1918–1930 gg.) [From the history of the struggle to eliminate unemployment in Udmurtia (1918–1930)]. *Voprosy istorii Udmurtii*, 3, 78–99.

Vinnik, A. A., Subbotina, N. A., & Arestov, V. A. (2020). Tvorya dobro: deyatel'nost' Krasnogo Kresta v Permi v poslevoennyj period (1947–1953) [Doing good: the activities of the Red Cross in Perm in the post-war period (1947–1953)], in Sharifzhanov, I. I., Tumanin, V. E., Karimova, L. K., & Bodrov, O. V. (Eds.). *Istoricheskie tipy chelovecheskih soobshchestv : materialy I Vserossijskoj studentcheskoj nauchnoj konferencii (Kazan, February 29 — March 1)* (pp. 114–118). Kazan: Grumant.

Vysotskikh, I. K. (2012). Blagotvoritel'naya deyatel'nost' v bor'be s detskoj besprizornost'yu v 1920-e gg. (po arhivnym materialam Votskoj avtonomnoj oblasti) [Charitable activities in the fight against child homelessness in the 1920s (based on archival materials of the Votsk Autonomous Region)]. *Bulletin of Udmurt University. Series: History and Philology*, 4, 114–118.

Submitted: 24.10.2024

Accepted: 23.11.2024

ФИЛОЛОГИЯ

УДК 81'373

СТРУКТУРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ В АНГЛО- И РУССКОЯЗЫЧНЫХ РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТАХ

Т. В. Аникина

Нижнетагильский государственный социально-педагогический институт (филиал) Российского государственного профессионально-педагогического университета
Нижний Тагил, Россия
anikishna@mail.ru

Д. И. Шкоденко

Нижнетагильский государственный социально-педагогический институт (филиал) Российского государственного профессионально-педагогического университета
Нижний Тагил, Россия
xxxxxshkodenko@yandex.ru

Аннотация. В статье рассматриваются структурные особенности фразеологических единиц в англо- и русскоязычных рекламных текстах. Актуальность работы определяется интересом к структурным особенностям фразеологических единиц, используемых в англо- и русскоязычных рекламных текстах. Исследователи уделяют особое внимание роли фразеологизмов как единиц языка, способных оказать воздействие на потребителя. Фразеологизмы являются отражением культуры народа, что помогает лучше понять, как именно они воздействуют на ее носителей.

Материалом исследования послужили 140 фразеологических единиц, отобранных из рекламы товаров гигиены, косметики, сладких товаров, а также туристических услуг.

Под фразеологической единицей в данной работе понимается устойчивое, неделимое словосочетание, в котором невозможно заменить ни один из имеющихся компонентов без утраты смысла высказывания. Далее автором выявляются структурные типы фразеологизмов в англо- и русскоязычных рекламных текстах: глагольные, субстантивные, адъективные и междометные.

Ключевые слова. Рекламный текст, фразеологическая единица, структурные особенности, глагольные фразеологические единицы, субстантивные фразеологические единицы, адъективные фразеологические единицы, междометные фразеологические единицы.

1. Введение

Данное исследование посвящено изучению структурных особенностей фразеологических единиц в англо- и русскоязычных рекламных текстах.

Фразеологизмы — неотъемлемый компонент языка, яркий, своеобразный, необычный, культурно значимый и национально специфичный, выражающий не только особенности данного языка, но и мироощущение его носителей, склад ума, менталитет, национальный характер и стиль мышления. Фразеологизмы позволяют выразительно и ярко передавать информацию, именно поэтому активно используются в рекламных текстах. Введение их в рекламные тексты позволяет более точно и эмоционально донести идею рекламного слогана, это своего рода попытка манипуляции, внушения, убеждения и контроля адресатов.

2. Материал и методология исследования

Материалом исследования являются 140 фразеологических единиц, отобранных из англо- и русскоязычных рекламных текстов — рекламы товаров гигиены, косметики, сладких товаров, а также туристических услуг.

Теоретической базой исследования послужили работы следующих ученых:

1) Л. В. Ворониной, Л. Г. Фещенко, О. В. Орловой, Т. В. Акимовой, А. М. Македонцевой, Ю. А. Воронцовой в области рекламы и определения понятия рекламного текста, раскрытии особенностей данного вида текста и его функций;

2) А. В. Кунина, Н. Н. Амосовой, Т. В. Акимовой, Н. П. Соболевой, Е. В. Куликовой в области фразеологии, структурных и семантических изменений фразеологических единиц;

В работе были использованы следующие методы исследования: общенаучные методы анализа и синтеза, описания, обобщения, классификации, дедуктивный и индуктивный методы, метод сплошной выборки, а также методы лингвокультурологического и сопоставительного анализа.

3. Фразеологические единицы в структуре рекламного текста

В наши дни реклама — это распространенное явление, с помощью рекламы люди стараются привлечь как можно больше клиентов и выставить свой товар как можно выгоднее. Реклама представляет собой «широкое оповещение о лучших свойствах товаров, произведений искусства и услуг в целях привлечения внимания и увеличения спроса потребителей» [Воронина, 2020, с. 582].

Л. Г. Фещенко пишет: «Рекламный текст — коммуникативная единица, предназначенная для неличного оплаченного информирования с целью продвижения товара, услуги, лица или субъекта, идеи, социальной ценности, имеющая в структуре формальные признаки — сигнализирование о характере информации, обязательное по закону о рекламе (презентацию), один или несколько компонентов бренда и/или рекламные реквизиты и отличающаяся равной значимостью вербально и невербально выраженного смысла» [Фещенко, 2003, с. 113].

О. В. Орлова в работе о рекламном тексте говорит о том, что рекламные тексты обращены к группам людей для того, чтобы побудить их к нужному

рекламодателю выбору и поступку. Также исследователь отмечает: «рекламный текст — текст, представляющий фирмы, товары, услуги с целью привлечь внимание адресата, заинтересовать его, убедить в преимуществе рекламируемого объекта по сравнению с другим» [Орлова, 2007, с. 110].

Рекламный текст является способом передачи идей на язык потребностей и запросов; поэтому большое значение имеет то, как написан рекламный текст и какие средства выразительности используются в нем для привлечения внимания, влияния или воздействия на людей [Пономарева, Иванова, 2021, с. 182]. Так, «рекламный текст должен отвечать ряду требований: быть ясным, доходчивым, информативным, оригинальным, занимательным, эмоциональным, логично построенным, лаконичным, нормативным», — вот основные требования к рекламному тексту [Акимова, 2013, с. 201]. Также Т. В. Акимова отмечает, что тот, кто создает рекламные тексты, должен быть не только креативным, но и обладать познаниями в разных сферах и знать нормы речи.

Рекламные тексты должны обладать двумя основными чертами: убедительностью и краткостью, в этом случае они будут способствовать достижению целевой установки рекламы — реализации максимальной степени воздействия. Убедительность является важной чертой содержательного плана, подразумевает следование логике, а также эмоциональность и экспрессивность языка, достигаемые детальным отбором лексических единиц, их организацию средствами выразительного синтаксиса.

Характеристика плана выражения — это краткость. Данная черта предполагает выбор структурно емких грамматических конструкций, участвующих в формировании текстовой единицы с целевой семантикой: «Правильный выбор языковых средств, обеспечивающих, таким образом, гармоничное сочетание плана содержания и выражения, способствует запоминаемости рекламных текстов, их закреплению в сознании/подсознании целевой аудитории» [Воронина, 2020, с. 84].

В современном мире рекламные тексты очень востребованы, так как с помощью грамотно построенного текста можно привлечь больше клиентов. Главная цель рекламного текста — побудить потребителей выбрать рекламируемые товары, услуги, бренды, компании. Именно поэтому реклама должна выражать свои идеи с помощью понятных, кратких, легко запоминающихся, интересующих и убедительных текстов.

Использование фразеологических единиц в рекламных текстах разной направленности придает рекламе выразительность и красочность, такой рекламный текст проще понять, запомнить и воспроизвести. Фразеологизмы в рекламных текстах могут оказывать эмоциональное влияние на людей за счет своей узнаваемости и приближенности к культуре определенного народа.

Фразеологические единицы есть в культуре каждой страны, часто они отражают менталитет конкретной культуры, их содержание связано с особенностями конкретного народа. А. В. Кунин писал: «Фразеология — это сокровищница языка. Во фразеологизмах находит отражение история народа, своеобразие его культуры. Фразеологизмы часто носят ярко национальный характер» [Кунин, 1996, с. 4].

В структуре рекламного текста фразеологические единицы чаще всего используются в слогане. Слоган обычно находится в вводной части рекламного текста, поэтому именно его важно сделать наиболее ярким и запоминающимся.

4. Структурные особенности фразеологических единиц в англо- и русскоязычных рекламных текстах

Среди фразеологических единиц, эквивалентных слову, различаются фразеологизмы, соотносящиеся со словами разных частей речи: фразеологизмы, эквивалентные именам существительным, или субстантивные фразеологизмы; эквивалентные глаголам, или глагольные; фразеологизмы, эквивалентные наречиям, или наречные [Немченко, 2015, с. 329]. Также выделяются адъективные, модальные и междометные фразеологические единицы.

Рассмотрим структурные особенности фразеологических единиц, представленных в англоязычных рекламных текстах.

4.1. Глагольные фразеологические единицы

В рекламе помады Maybelline есть фраза “The Baby Lips Love Color gives lips a serious kick of colour! You can kiss dull lips goodbye!” [<https://favful.com/post/maybelline-babylips-love-color-cherry-kiss>]. “Kiss dull lips goodbye” — данный фразеологизм означает «поцеловать на прощание, распрощаться с чем-то». Создатели помады обещают своим покупательницам, что с помощью их помады девушки будут выглядеть ярко, распрощавшись со скучными губами.

В рекламе Maybelline используется выражение: “Open your I”. В тексте происходит трансформация фразеологизма путем замены слов “open your eye” на “open your I”. В данном контексте выражение «нужно раскрыть глаза», означает, что необходимо открыть себя как личность. В приведенном примере обыгрывается одинаковое произношение слов eye и I, из-за аналогичного произношения эта реклама приобретает глубокий смысл, дает повод задуматься.

Реклама туши от Maybelline Great Lash Mascara: “You won’t believe your eyes with Maybelline Great-Lash” [<https://www.maybelline.com.au/>]. “Believe your eyes” — «поверить своим глазам». В рекламе производители показывают три картинки: чистые ресницы, накрашенные в один слой и накрашенные в два слоя, так они показывают покупательницам, что эффект туши очевиден.

В рекламе линз от Acuvue есть фраза “Open your eyes to health”. “Open your eyes” — «открой глаза». Используя данный фразеологизм, производитель старается донести до покупателя мысль о том, что с помощью этих линз человек будет не просто хорошо видеть, а видеть те вещи, которые до этого даже не замечал.

В рекламе мятных леденцов “Fresh Cool Mints” от “Ice Breakers” используется фразеологическая единица “Break the ice!” [<https://www.youtube.com/watch?v=DaSzIiaBidE>]. “Break the ice” — значит «растопить лед», т. е. устранить отчужденность, уничтожить недоверие между кем-либо. В рекламном ролике незнакомые друг с другом мужчина и девушка бегут к зданию, чтобы спрятаться от ливня и не промокнуть. После того как они спрятались от дождя, достают леденцы и поворачиваются друг к другу, улыбаясь. Производитель подчеркивает, что данный продукт освежает дыхание, чтобы собеседникам было приятнее общаться друг с другом. Так, леденцы помогают «растопить лед» между людьми и познакомиться.

В рекламном ролике автомобиля марки Dodge производители используют фразу “Grab life by the horns” [https://www.youtube.com/watch?v=v8cFAo10U_0]. “Grab life by the horns” — значит «брать жизнь за рога» (за основу взят фразеологизм “to take the bull by the horns” — «взять быка за рога»), т. е. решительно и уверенно взять под контроль трудную ситуацию. Рекламный ролик демонстрирует, что, имея автомобиль Dodge, можно решить многие проблемы: добраться до определенного места по бездорожью, взять с собой в путешествие много вещей, так как есть вместительный багажник, также есть возможность передвигаться с прицепом.

В рекламе пудры от LOTTIE LONDON используется выражение “Ready, Set! Go” [<https://lottie.london/products/ready-set-go>]. “Ready, set, go” — обыгрывается устойчивое выражение “ready, steady, go”. Производитель пудры сообщает покупателям, что эта пудра хорошо закрепляет макияж и будет держаться весь день.

В рекламе Kennethcole используется выражение: “We All Walk in Different Shoes” [https://www.youtube.com/watch?v=W6H_9j7WX_s]. Во фразе “we all walk in different shoes” обыгрывается фразеологизм “to walk in smb’s shoes” — «поставить себя на чье-то место».

В рекламе полезных шоколадных батончиков от Fiber One есть выражение “Fiber makes me sad” [<https://www.fiberone.com/products/chewy-bars-oats-and-chocolate/>]. “To make someone sad” — «расстраивать, огорчать». В рекламе нам представлена семейная пара. Жена дает мужу попробовать батончик этой фирмы, но муж не считает его полезным и произносит: “Fiber makes me sad”. Но, после того как все-таки попробовал, понял, что батончик полезный.

В рекламном тексте продуктов питания Best Goods производители пишут: “Bring out the Best Foods and bring out the best”

[<https://www.bestfoods.com/us/en/home.html>]. “To bring the best” — показывать лучшее. Производитель хочет донести до потребителей, что, «вынося» продукты этой фирмы, они будут «выносить» лучшее, т. е. приобрести товары высокого качества.

На рекламных плакатах против засорения морей и океанов написан следующий рекламный текст: “What goes around comes around. Leave the water clean. What goes around comes around” — «как аукнется, так и откликнется». Авторы текста четко дают понять, что если люди будут загрязнять воду, то это негативно скажется на морепродуктах, поэтому нужно сохранять чистоту морей и океанов.

В рекламном тексте шоколадных изделий компании Cadbury используется следующая фраза “Bridge that gap with Cadburys snack” [<https://www.cadbury.co.uk/>]. “To bridge the gap” — «решить проблему». Производитель обращает внимание покупателя на то, что со вкусными батончиками Cadbury любая проблема для вас будет легко решаемая.

В рекламе острых соусов фирмы Colman's используется фраза: “C'mon, Colman's, light my fire” [<https://www.colmans.co.uk/products.html>]. “To light one's fire” — «раскрыть потенциал, открыть в себе что-то новое». В тексте производители намекают, что их горчица настолько острая, что может разжечь огонь.

В рекламе духов от Dior используется фраза “Enter the new chapter on” [<https://www.youtube.com/watch?v=qWBnHN2F0Pk>]. “Enter the new chapter on” — «открыть новую главу (в своей жизни)». В рекламе снимается красивая модель, которая говорит, что наше будущее прекрасно, поэтому она предлагает открыть новую главу своей жизни вместе с новыми духами J'adore от Dior.

В рекламе отеля Wangz Hotel используется фраза “Wangz Hotel doesn't rest on its laurels” [<https://www.independent.co.uk/travel/asia/tiong-bahru-singapore-explore-an-art-deco-enclave-10448335.html>]. “Rest on one's laurels” — «почивать на лаврах». В рекламе отеля говорится, что хозяева отеля не останавливаются на достигнутом, они совершенствуются.

4.2. Субстантивные фразеологические единицы

В рекламе туристических услуг используется фраза “After a few kilometres of grandstanding twists and turns to show off the prettier parts of the city...” [<https://www.independent.co.uk/travel/europe/utrecht-and-the-tour-de-france-s-grand-depart-hooked-on-pedal-power-10363158.html>]. Фразеологическая единица “grandstanding twists and turns” отражает как прямое значение слов «изменение направления движения», так и переносное — «действия, направленные на то, чтобы красоты города произвели впечатление на гостей города». Атрибут “grandstanding” используется для привлечения внимания туристов.

В рекламном тексте туши Maybelline используется фраза: “New cat eyes. Go feline. Cat eye” — «кошачий взгляд». Эта тушь поможет покупательницам сделать свой взгляд более выразительным и открытым.

В рекламе сети ресторанов быстрого питания Wendys есть выражение “Where’s the beef?” [https://www.wendys.com/].

“Where’s the beef” — «где суть?» Данный фразеологизм обыгрывается в рекламном ролике так, что потребитель понимает, что самого главного ингредиента, говядины, в блюдах этого ресторана быстрого питания достаточно.

4.3. Адъективные фразеологические единицы

В рекламном тексте компании Coca-Cola используется фраза “The Coke side of life” [https://www.youtube.com/watch?v=8CRwIUmCdnY]. “Bright side of life” — «яркая сторона жизни». Это фразеологизм, который используют производители напитков Coca-Cola, они словно говорят покупателям: «У вас все будет хорошо, вы будете на яркой стороне жизни, если будете употреблять данный напиток».

4.4. Междометные фразеологические единицы

В рекламе напитков фирмы Sunny D есть выражение “Let's see, soda, purple stuff. Sunny D! All right!” [https://sunnyd.com/]. “All right” — «отлично». Данный фразеологизм в видеорекламе произносят дети, таким образом, производитель хочет показать, что их напитки очень нравятся детям.

Страховая компания Geico использует в своей рекламе выражение “Oh, no! Your tire's all flat an' junk!” [https://www.geico.com/]. “Oh, no!” — «О, нет!» производители используют данный фразеологизм, чтобы показать важность страховки своего автомобиля, чтобы потом не пришлось говорить “Oh, no!”.

Далее проанализируем фразеологические единицы из русскоязычных рекламных текстов товаров гигиены, услуг рекламных агентств и др.

4.5. Глагольные фразеологические единицы

«Кто не рискует — тот не пьет шампанское. Кто пьет за рулем — рискует потерять все» — слоган для ГИБДД г. Казани. Выражение «кто не рискует — тот не пьет шампанское» используется со значением «тот, кто не может взять на себя риски, никогда не добьется большого успеха». Значение фразеологической единицы обыгрывается благодаря добавлению второго предложения. Слово «шампанское», символизирующее успех, в пословице становится обозначением любого алкоголя.

Бренд-консалтинговая компания «Паприка-брендинг» использует слоган: «Паприка-брендинг. Зададим всем перцу!» «Задать перцу» — с помощью фразеологизма компания подчеркивает, что может превзойти всех конкурентов.

Рекламный слоган соковыжималки бренда Kitfort звучит так: «Выжми все соки из цитрусовых». Компания использует фразеологизм «выжать все

соки» в двух смыслах. На первый план выступает значение «работать с большим усердием», также здесь обыгрывается буквальное значение этой фразы. Оба значения подчеркивают достоинства данного прибора: он работает очень эффективно и выжимает все соки из фрукта полностью.

Слоган к фильму «Полет Феникса»: «Восстав из пепла, возродится надежда». В рекламе использован фразеологизм «восстать из пепла» в значении «возродиться, возвращаться». Данный фразеологизм связывает название фильма «Полет Феникса» и рекламный текст.

«Статистика — вещь упорная, однако почивать на лаврах в компании Pioneer не любят и не умеют» — рекламный текст компании Pioneer, которая изготавливает бытовую технику. В данном рекламном тексте используется фразеологическая единица «почивать на лаврах», т. е. «отдыхать после достижения какой-либо цели». С помощью этого фразеологизма компания подчеркивает, что после достигнутого успеха не собирается останавливаться и всегда движется вперед.

Рекламный текст краски для волос компании Cameleo: «Если хитрость вам не претит, то вы возьмете на вооружение модную цветовую гамму». Фразеологизм «взять на вооружение» используется в значении «начать использовать» и указывает на то, что покупательницам стоит начать пользоваться именно данным средством.

«Где раки зимуют? Узнай за 7000 рублей. Ежемесячный платеж при покупке Chevrolet Niva L в кредит на три года». В данном случае фразеологизм «где раки зимуют» используется для того, чтобы привлечь внимания клиентов и призвать к дальнейшим действиям — найти то удаленное место, пресноводный чистый водоем, где зимуют раки, используя автомобиль Chevrolet Niva L. В рекламном тексте используется буквальный смысл фразы «где раки зимуют», без учета значения именно фразеологической единицы «показать, где раки зимуют», выражающей угрозу. Оборот связан с временами крепостного права, когда в наказание за какую-то провинность помещик мог отправить крепостного на пруд и приказать поймать раков. Так как раздобыть зимой раков — дело очень сложное, почти невозможное, связано с необходимостью лезть в холодную воду, то это наказание считалось весьма суровым. Увидеть, где зимуют раки, — значит попасть в какое-то неприятное место, испытать какие-то трудности.

Рекламный текст Columbia Sportswear Company: «Случается, что холод пронизывает до самых костей. Он охватывает тебя с ног до головы, а порывы ветра обжигают ледяным дыханием, и ты можешь подумать, что уже нет спасения от стихии. Но не бери в голову — одежда Columbia... защитит тебя от стихии». Этот рекламный текст содержит глагольный фразеологизм «не бери в голову», который показывает покупателю, что с одеждой этой компании ему не придется беспокоиться о холоде в плохую погоду.

«Не вешайте нос! Поднимайте бизнес!» — рекламный слоган банка. Фразеологизм «вешать нос» в значении «расстраиваться» в данном случае

использован с отрицательной частицей «не», тем самым побуждая клиентов не унывать при возможных неудачах в бизнесе и пользоваться услугами данного банка.

«Специалистам лаборатории L'Oreal удалось одержать двойную победу» — рекламный слоган компании L'Oreal для презентации омолаживающего крема для лица. В примере используется измененный фразеологизм «одержать верх», в рекламном тексте мы видим, что производители крема указали названия бренда и фразеологизмом подчеркнули эффективность своего средства: именно они превзошли другие бренды и улучшили состояние кожи с помощью своего средства.

Рекламный слоган бренда Maybelline: «Вдохни жизнь в губы». Фразеологизм «вдохнуть жизнь» означает «пробудить к деятельности, оживить», что подчеркивает эффективность помады этого бренда, которая поможет раскрыть красоту губ и «оживит» их.

Рекламный текст шоколада «Россия»: «В шоколад “Россия” мы вкладываем всю душу. Шоколад “Россия” — от сердца, от души, для вас». «Вложить всю душу» — компания прилагает все усилия, чтобы сделать шоколад самым вкусным. Это мотивирует покупателей приобретать продукцию данной фирмы.

4.6. Субстантивные фразеологические единицы

«Семь бед — один ответ» — слоган лекарства от простуды «Coldrex». Рекламный слоган указывает на рекламируемое лекарство, которое направлено на устранение конкретных проблем со здоровьем. В данном случае фразеологизм «семь бед — один ответ» используется в значении «семь проблем со здоровьем — одно лекарство», это подчеркивает, что лекарство способно справиться с болезнью и помочь потребителю.

«Мои губы влюбились с первого взгляда!» слоган фирмы L'ORÉAL. «С первого взгляда» — фразеологизм со значением «сразу же, по первому впечатлению» подчеркивает, что помада этой фирмы идеально подходит губам, ее хочется использовать регулярно.

Рекламный текст компании Lancôme: «Разработанный специально для сухой кожи крем Hydra Zen от Lancôme не только окажет увлажняющее действие, но и снимет стресс, дав «второе дыхание» усталой коже». «Второе дыхание» означает «внезапный прилив сил, когда человек очень устал». Рекламодатель этим фразеологизмом подчеркивает, что средство вернет истощенной коже сияние и свежесть.

«Случается, что холод пронизывает до самых костей. Он охватывает тебя с ног до головы, а порывы ветра обжигают ледяным дыханием, и ты можешь подумать, что уже нет спасения от стихии. Но не бери в голову — одежда Columbia... защитит тебя от стихии» (Columbia Sportswear Company). «Холод пронизывает до самых костей» — фразеологизм, который означает морозную погоду. С помощью данного фразеологизма рекла-

модатель заставляет задуматься покупателя о том, что данная одежда спасает во время непогоды, и эта фирма может обеспечить теплыми вещами, чтобы «холод не пронизывал до самых костей».

Реклама бренда Gillette Fusion Power Phenom: «Но ты же мужчина, ты ей должен доказать, что новая бритва — кладезь безграничных возможностей». В рекламе использован фразеологизм «кладезь премудрости» в измененном виде: «кладезь возможностей». Данный фразеологизм помогает подчеркнуть отличные качества товара, его эффективность, чтобы подтолкнуть потенциального покупателя к приобретению товара.

«Стоматологический салон «Ардомед» — любовь с первого зуба!» — слоган салона «Ардомед». В основе слогана используется фразеологизм «с первого взгляда», где один компонент фразеологизма заменен: «взгляд» на «зуб», для того, чтобы сделать акцент на качестве услуг салоны для зубов.

4.7. Адъективные фразеологические единицы

Рекламное агентство Альянс 3+ использует слоган: «Альянс 3+. Работаем как часы...». Фразеологизм «работать как часы» отражает качество и надежность работы, агентство с помощью данного приема дает понять, что с ними все будет бесперебойно и четко, подобно механизму работы часов.

Слоган рекламной кампании банка «Уралсиб» «Первое слово дороже второго. Проверьте ранее согласованные условия кредитного договора перед подписанием» подталкивает к изучению и повышению финансовой грамотности граждан. В основе слогана лежит фразеологизм «первое слово дороже второго», который употребляется в следующем значении: человеку или компании следует оставаться верным своим утверждениям и держать изначально данное слово.

Слоган фирмы «Визин», производителя глазных капель, звучит таким образом: «Ясный взгляд в мгновение ока». Фразеологизм со значением «быстро, моментально» — «в мгновение ока». Данный слоган не только отражает быстроту действия препарата, но и с помощью него обыгрывается существительное «око» как составляющая часть фразеологической единицы, которое относится к тому же семантическому полю, что и «взгляд».

«Если глаза — зеркало души, то лицо — целая витрина» — рекламный слоган косметологического салона «Лазерный доктор». С помощью фразеологизма «глаза — зеркало души» рекламодаель хочет показать, что не только наши глаза отражают нашу сущность, но и лицо, поэтому очень важно следить за тем, чтобы оно всегда выглядело прекрасно.

В слогане компании шоколадных батончиков «Марс» «Батончики “Марс” — вкус к жизни. “Марс” — все будет в шоколаде!» используется фразеологизм «все в шоколаде», производители хотят отметить, что их продукция очень вкусная, поднимает настроение, после употребления батончика «Марс» все проблемы, которые были в жизни, исчезнут.

Рекламный текст Columbia Sportswear Company: «Случается, что холод пронизывает до самых костей. Он охватывает тебя с ног до головы, а порывы ветра обжигают ледяным дыханием, и ты можешь подумать, что уже нет спасения от стихии. Но не бери в голову — одежда Columbia... защитит тебя от стихии». Фразеологизм «с ног до головы» означает «всего, полностью». В данном случае рекламодатель использует фразеологизм, чтобы обратить внимание покупателя на то, что в очень холодную погоду он не замерзнет в одежде данного бренда.

«Одна голова хорошо, а в шапке лучше» — рекламный слоган онлайн-магазина одежды для детей бренда Funformum. Изначальный фразеологизм «одна голова хорошо, а две — лучше» обыгрывается в данном слогане, чтобы обратить внимание покупателя на изделия этого магазина, неожиданное изменение привычного фразеологизма зацепит интерес читателя и возможно приведет к покупке товара.

5. Заключение

Проведенное исследование показывает, что в англо- и русскоязычных рекламных текстах преобладают глагольные фразеологизмы. Субstantивных и адъективных фразеологических единиц в англоязычных рекламных текстах меньше, чем в русскоязычных, но междометные фразеологизмы в англоязычных текстах встречаются чаще, что отражает характерную эмоциональность, присущую англоязычным странам. В таблице представлено соотношение разных групп фразеологизмов по языкам.

Таблица — *Структурные особенности фразеологических единиц*

язык фразеологизма	глагольные, %	субstantивные, %	адъективные, %	междометные, %
английский	67	17	4	12
русский	46	23	31	0

Проведенный анализ фразеологических единиц в англо- и русскоязычных рекламных текстах товаров и услуг совершенно разных направленностей выявил, что фразеологизмы подчеркивают главную особенность рекламируемого товара и услуги, влияют на желание покупателя приобрести их. Мы установили, что в рекламных текстах в большей степени используются фразеологизмы, эквивалентные глаголам. На наш взгляд, это связано с тем, что рекламный текст побуждает к покупке рекламируемого товара, чтобы клиент мог изменить что-то в своей жизни, начать действовать. Те или иные разновидности фразеологизмов в рекламных текстах разной направленности помогают раскрыть лучшие качества товара и отразить его необходимость для покупателя.

Итак, использование фразеологических единиц в рекламных текстах придает рекламе выразительность и красочность, также рекламный текст

проще понять, запомнить и воспроизвести. Фразеологизмы в рекламных текстах могут оказывать эмоциональное влияние на людей за счет своей узнаваемости и приближенности к культуре определенного народа.

Список литературы

Акимова, Т. В. Фразеологизмы в рекламном тексте / Т. В. Акимова. — Текст : непосредственный // Вестник МГУП имени Ивана Федорова. — 2013. — № 6. — С. 201–202.

Амосова, Н. Н. Основы английской фразеологии / Н. Н. Амосова. — Москва : URSS: Либроком, 2017. — 216 с. — Текст : непосредственный.

Воронина, Л. В. Текстовые единицы с семантикой цели в коммуникативном пространстве рекламы / Л. В. Воронина. — Текст : непосредственный // Коммуникативные исследования. — 2020. — № 3. — С. 582–595.

Воронцова, Ю. А. Язык рекламных текстов / Ю. А. Воронцова. — Текст : непосредственный // Инновационная наука. — 2016. — № 5-3 (17). — С. 81–84.

Куликова, Е. В. Рекламный текст: лингвистические приемы выразительности / Е. В. Куликова. — Текст : непосредственный // Вестник ННГУ. — 2009. — № 6-2. — С. 276–282.

Кунин, А. В. Курс фразеологии современного английского языка / А. В. Кунин : учебное пособие. — 2-е изд. — Дубна : Феникс, 1996. — 381 с. — Текст : непосредственный.

Македонцева, А. М. Функции рекламных текстов / А. М. Македонцева. — Текст : непосредственный // Система ценностей современного общества. — 2010. — № 10. — С. 186–190.

Немченко, В. Н. Введение в языкознание : учебник для вузов / В. Н. Немченко. — Москва : Дрофа, 2008. — 703 с. — Текст : непосредственный.

Орлова, О. В. К вопросу о специфике рекламного текста как объекта лингвистического анализа / О. В. Орлова. — Текст : непосредственный // Вестник томского государственного педагогического университета. — 2007. — № 2 (65). — С. 108–110.

Пономарева, И. В. Мотивационные особенности рекламного текста / И. В. Пономарева, Е. А. Иванова. — Текст : непосредственный // Международный научно-исследовательский журнал. — 2021. — № 11 (113). — С. 181–185.

Соболева, Н. П. Влияние особенностей контекста на окказиональное использование фразеологических единиц в рекламных слоганах к фильмам / Н. П. Соболева. — Текст : непосредственный // Вестник СПбГУ. Язык и литература. — 2015. — № 2. — С. 155–163.

Фещенко, Л. Г. Рекламный текст: разграничение понятий / Л. Г. Фещенко. — Текст : непосредственный // Вестник Санкт-Петербургского университета. — 2003. — № 26. — С. 113–116.

Статья получена: 19.10.2024

Статья принята: 19.11.2024

STRUCTURAL PECULIARITIES OF PHRASEOLOGICAL UNITS IN ENGLISH AND RUSSIAN ADVERTISING TEXTS

T. V. Anikina

Nizhny Tagil State Social Pedagogical Institute (branch)
of the Russian State Vocational Pedagogical University
Nizhny Tagil, Russia
anikishna@mail.ru

D. I. Shkodenko

Nizhny Tagil State Social Pedagogical Institute (branch)
of the Russian State Vocational Pedagogical University
Nizhny Tagil, Russia
xxxxxshkodenko@yandex.ru

Abstract. The article deals with the structural peculiarities of phraseological units in English and Russian advertising texts. The urgency of the research is determined by the interest in the structural features of phraseological units used in English and Russian advertising texts. Researchers pay special attention to the role of phraseological units as units of the language that can greatly influence consumers. Phraseological units reflect culture of people; they help to understand better how exactly they influence the buyers.

The material for the study is 140 phraseological units taken from advertisements of hygiene products, cosmetics, sweets, and travel services.

In the article a phraseological unit is defined as a stable, indivisible word combination. It is impossible to replace any of its components without losing the meaning of the phrase. Further, the author identifies the following structural types of phraseological units in English and Russian-language advertising texts: verbal, substantive, adjectival, and interjectional.

Key words. Advertising text, phraseological unit, structural features, verbal phraseological units, substantive phraseological units, adjectival phraseological units, interjectional phraseological units.

References

Akimova, T. V. (2013). Frazеологизмы в рекламном тексте [Phraseological units in advertising text]. *Vestnik MGUP imeni Ivana Fedorova*, 6, 201–202.

Amosova, N. N. (2017). *Osnovy angliyskoy frazeologii* [Basics of English Phraseology]. Moscow: URSS: Librokom.

Feshchenko, L. G. (2003). Reklamnyy tekst: razgranichenie ponyatiy [Advertising text: distinction between concepts]. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta*, 26, 113–116.

Kulikova, E. V. (2009). Reklamnyy tekst: lingvisticheskie priemy vyrazitel'nosti [Advertising text: linguistic techniques of emphasis]. *Vestnik NNGU*, 6-2, 276–282.

Kunin, A. V. (1996). *Kurs frazeologii sovremennogo angliyskogo yazyka* [A course of modern English phraseology]. Dubna: Feniks.

Makedontseva, A. M. (2010). Funktsii reklamnykh tekstov [Functions of advertising texts]. *Sistema tsennostey sovremennogo obshchestva*, 10, 186–190.

Nemchenko, V. N. (2008). *Vvedenie v yazykoznanie* [Introduction to Linguistics]. Moscow: Drofa.

Orlova, O. V. (2007). K voprosu o spetsifike reklamnogo teksta kak ob"ekta lingvisticheskogo analiza [To the question of the specific features of advertising text as an object of linguistic analysis]. *Vestnik tomskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta*, 2(65), 108–110.

Ponomareva, I. V., Ivanova, E. A. (2021). Motivatsionnye osobennosti reklamnogo teksta [Motivational features of advertising text]. *Mezhdunarodnyy nauchno-issledovatel'skiy zhurnal*, 11(113), 181–185.

Soboleva, N. P. (2015). Vliyanie osobennostey konteksta na okkazional'noe ispol'zovanie frazeologicheskikh edinit v reklamnykh sloganakh k fil'mam [The influence of contextual features on the occasional use of phraseological units in advertising slogans to films]. *Vestnik SPbGU. Yazyk i literature*, 2, 155–163.

Voronina, L. V. (2020). Tekstovye edinity s semantikoy tseli v kommunikativnom prostranstve reklamy [Text units with purpose semantics in the communicative space of advertising]. *Kommunikativnye issledovaniya*, 3, 582–595.

Vorontsova, U. A. (2016). Yazyk reklamnykh tekstov [The language of advertising texts]. *Innovatsionnaya nauka*, 5-3(17), 81–84.

Submitted: 19.10.2024

Accepted: 19.11.2024

УДК 821.161.1-31(Иванов А.)

**ТРАНСФОРМАЦИЯ ТРАДИЦИЙ ГОТИЧЕСКОГО РОМАНА
В ТВОРЧЕСТВЕ А. В. ИВАНОВА
(НА ПРИМЕРЕ РОМАНА «ПИЩЕБЛОК»)**

Ю. В. Несынова

Нижнетагильский государственный социально-педагогический институт (филиал) Российского государственного профессионально-педагогического университета
Нижний Тагил, Россия
nt-neca@mail.ru

Е. А. Воробьева

Нижнетагильский государственный социально-педагогический институт (филиал) Российского государственного профессионально-педагогического университета
Нижний Тагил, Россия
eva.vorobeva.2002@yandex.ru

Аннотация. В статье рассматривается история возникновения и основные черты классического готического романа, а также судьба жанра в литературе конца XX — начала XXI вв. Проведен анализ сохранения и трансформации традиций готического романа в романе А. В. Иванова «Пищеблок». Для изучения данной жанровой традиции применялись жанровый и сравнительный анализ, элементы структурного и интертекстуального анализа. Сделан вывод о том, что готический роман оказал значительное влияние на современную русскую литературу. Канон готики стал прочной основой для создания А. В. Ивановым собственных сюжетов, соответствующих запросам времени. Писатель мастерски вписывает «ужасное» в картину советской действительности, превращая элементы классической готики в средство эмоциональной оценки советского общества.

Ключевые слова: А. В. Иванов, роман «Пищеблок», готический роман, пространственно-временная организация, система персонажей, приемы создания атмосферы ужаса.

1. Введение

Готический роман — жанр литературы, который зародился в XVIII в. и получил свое название от архитектурного стиля. Произведения в этом жанре отличаются атмосферой мрачности и таинственности, а также наличием сверхъестественных элементов. Готические романы стали популярными благодаря своим захватывающим сюжетам и возможности исследовать тёмные стороны человеческой природы.

В современном мире готический роман продолжает развиваться и адаптироваться к новым реалиям. Одним из авторов, который обращается к традициям готического романа, является А. В. Иванов. В его творчестве можно

проследить трансформацию готических мотивов и образов, что делает работы писателя особенно интересными для исследования.

Актуальность работы обусловлена необходимостью изучения трансформации традиций готического романа в творчестве А. В. Иванова для того чтобы лучше понять творческий метод писателя, его взгляд на жанр готического романа и его интерпретацию. Кроме того, анализ трансформации готических мотивов в романе «Пищевлок» может помочь выявить новые тенденции в развитии жанра готического романа, а также оценить вклад А. В. Иванова в развитие этого жанра.

2. Материал и методика исследования

Источником материала для исследования послужил роман А. В. Иванова «Пищевлок».

Методологическую основу исследования составили теоретические исследования В. Э. Вацуры, А. А. Елистратова, В. М. Жирмунского, Г. В. Заломкиной, М. Б. Ладыгина, Б. Р. Напцок, А. Б. Танасейчук и др.

Методы исследования: метод сравнительного изучения литературы, элементы структурного и интертекстуального анализа.

3. История возникновения и основные черты классического готического романа

Готический роман зародился в Англии. Его истоки восходят к фольклорным «страшным» историям, в основе которых были понятия «страх» и «ужас», а сверхъестественное преобладало над реальным. Термин происходит от названия северных германских племен — готов, вторгшихся в Европу между IV и VI вв. н. э. и разрушивших античную культуру на территории Западной Европы. Изначально «готикой» (от итал. *gotico*) обозначали период развития средневекового искусства в Европе с XI–XII по XV–XVI вв. Как литературное жанровое определение термин начал употребляться с 1764 г., когда был опубликован роман Горация Уолпола «Замок Отранто», признанный первым образцовым готическим романом.

Теория готического романа была разработана в первом (1764) и втором (1765) предисловиях Горация Уолпола к изданию «Замка Отранто». Уолпол называл ужас главным орудием автора, который «ни на мгновение не дает рассказу стать вялым; притом ужасу так часто противопоставляется сострадание, что душу читателя попеременно захватывает то одно, то другое из этих могучих чувств» [Григорьева, 2009], а определяющей традицией считал «готическую». Он вводит прием исторической стилизации: «В этом произведении была сделана попытка соединить черты средневекового и современного романов. В средневековом романе все было фантастичным и неправдоподобным. Современный же роман всегда имеет своей целью верное воспроизведение Природы, и в некоторых случаях оно действительно было достигнуто. В вымысле нет недостатка и ныне; однако богатые возможности воображения теперь строго ограничены рамками обыденной жизни» [Уолпол Г., 2021, с. 43].

Готический роман — «это абсолютно новое течение в литературе начала XVIII века, (...) отличавшееся способом построения сюжета, который обязательно выстраивался вокруг тайны и был окружен атмосферой страха, мистики и ужаса» [Напцок, 2016].

«Замок Отранто» стал примером готического романа для других авторов. Вслед за ним вышли такие романы, как «Старый английский барон» К. Рива, «Ватек» У. Бекфорда, «Монах» М. Г. Льюиса, романы А. Радклиф, и др. Традиции готической литературы нашли свое отражение в «Эликсирах сатаны» Э. Гофмана, в романе «Франкенштейн, или Современный Прометей» М. Шелли. Элементы готического романа активно использовали не только романтики, но и писатели-реалисты (сестры Бронте, Ч. Диккенс), представители неоромантизма (Р. Л. Стивенсон, А. К. Дойл), эстетизма (О. Уайльд, Г. Джеймс) [Танасейчук, 2023].

В России впервые обратился к готическому жанру Н. М. Карамзин. Элементы готического романа можно обнаружить в романе Н. И. Гнедича «Дон-Коррадо де Геррера, или Дух мщения и варварства гишпанцев» (1803), повестях А. А. Бестужева («Замок Венден» (1823); «Замок Нейгаузен» (1824)), А. Погорельского («Лафертовская маковница» (1825)), А. С. Пушкина («Гробовщик» (1831), «Пиковая дама» (1834)), Н. В. Гоголя («Вий», «Портрет» (1835), В. Ф. Одоевского («Живой мертвец» (1838), «Саламандра» (1844)).

С течением времени жанр трансформируется. В начале XX в. в литературе возникает новый жанр — неоготика. Неоготика придерживается традиций романтизма, вобрав в себя все его основные ценности, такие как индивидуальность, отчужденность, свобода мысли. Из готического направления в нее перешли мрачность, тревожность атмосферы, наличие тайны, борьба добра со злом, а также присутствие образа замка, родового поместья или аббатства.

В Америке на основе готического романа возникла «литература ужасов» (Блэквуд, Лавкрафт, Блох, Стивен Кинг). На стыке фэнтези и готики появился жанр темное фэнтези.

Готический роман оказал влияние на кинематограф: экранизации готических сюжетов способствовали появлению фильмов ужасов. Готическая тематика получила широкое распространение и в рок-музыке, видеоиграх, молодежных субкультурах и др.

Таким образом, жанр готического романа, характерный для предромантизма, остается актуальным и занимает особое место в современной литературе.

Готический роман обладает устойчивыми жанровыми признаками. Первый из них — особый характер пространства и времени, «отгороженного» от современной действительности. Как правило, действие в подобных произведениях происходит в дальних, мало знакомых читателю странах в

период загадочного Средневековья. В «Замке Отранто» события разворачиваются в средневековой Сицилии, а не в современной автору Англии; в «Удольфских тайнах» Анна Радклиф показывает Францию и Италию XVI в., в «Монахе» Мэтью Грегори Льюис — Испанию, в «Дракуле» Брэм Стокера пространство современной Англии соединяется с Трансильванией. Писатели-готики рассказывают «о принципиально ином, отличном от английского, жизненном укладе и нравах» [Скобелева, 2008], что позволяет им более свободно использовать фантазию. Здесь могут твориться любые ужасы, они не имеют ничего общего с окружающей читателя действительностью, и тем не менее читатель в это поверит. Такое перенесение «эстетической и эмоциональной жизни в идеальную сферу прошлого, где фигуры лишены четких контуров, несут в себе нечто загадочное и пугающее» [Скобелева, 2008], обеспечивает достоверность происходящего, потому что для читателя то, что было в прошлом, кажется достоверным.

Однако принцип историзма не всегда соблюдается авторами. Для них гораздо важнее передать именно атмосферу Средневековья, необычную для читателя, чем задокументировать историческую эпоху. Например, в «Удольфских тайнах» Анны Радклиф действие происходит в XVI в., но герои ездят в ландо — повозке, которая была изобретена в XVIII в.

Для готического романа характерна особая атмосфера таинственности и ужаса, которая тесно связана с топосом «проклятого места». События в таких произведениях часто разворачиваются в средневековом замке или монастыре, старинном доме или другом мрачном месте, что формирует так называемый готический хронотоп. По словам М. Бахтина, «замок насыщен временем, притом историческим в узком смысле слова, то есть временем исторического прошлого. Замок — место жизни властелинов феодальной эпохи (следовательно, и исторических фигур прошлого), в нем отложились в зримой форме следы веков и поколений в различных частях его строения, в обстановке, в оружии, в галерее портретов предков, в фамильных архивах, в специфических человеческих отношениях династического преемства, передачи наследственных прав. Наконец, легенды и предания оживляют воспоминаниями прошедших событий все уголки замка и его окрестностей. Это создает специфическую сюжетность замка, развернутую в готических романах» [Бахтин, 1975, с. 78].

Непредсказуемый и опасный топос становится для автора тем инструментом, с помощью которого он раскрывает идею готики — тот «особый тип мышления, который ставит под вопрос традиционное понимание добра и зла, добродетели и воздаяния, который стремится переосмыслить и проверить философские, религиозные и этические убеждения посредством создания в основе своей неустойчивого и непостижимого мира, т. е. мира, таящего в себе неведомые, фантастические и устрашающие феномены» [Бахтин, 1975, с. 72].

Как уже было сказано, место действия всегда таит угрозу. При этом все ужасы локализованы, не покидают территорию замка, а следовательно, не могут прорваться в «нормальный» мир. Но и герои не могут вырваться из этого ирреального пространства.

Как правило, главный герой попадает в готическое пространство, а не оказывается там изначально. Поскольку читатели невольно ассоциируют себя с героями и видят все события их глазами, то вполне логично, что центральные персонажи — это люди, пришедшие в замок извне, из реального мира, а потому скептически настроенные или, по крайней мере, не привыкшие к сверхъестественным явлениям, которые в пределах замка становятся нормой жизни.

Окружающее пространство замка также подчеркивает ограниченность места. Обычно замок находится где-то в густом лесу («Замок Отранто») или в горах («Дракула»), добраться до места действия крайне тяжело, выбраться — тоже. Герой романа Уолпола, Теодор, даже выбравшись из замка Отранто, все равно в него возвращается, побродив по окрестностям, поскольку его «миссия» в замке еще не завершена. Путь к Удольфо («Удольфские тайны») лежит через горные кручи, которые кажутся «почти недоступными», а кроме того, он окружен пустынными лесами, которые вызывают мрачные картины в воображении героини.

Главные герои часто оказываются пленниками этого места, «которое должно было служить убежищем от злых сил, но превратилось в свою противоположность — в темницу» [Байрамкулова, 2012]. В романе Уолпола Теодор сначала заточен под огромным шлемом от рыцарского доспеха, потом — в башне. Эллена из «Итальянца» становится узницей в монастыре Сан-Стефано. Агнесса из «Монаха» Льюиса также заточена в монастыре, «мертвая для всего мира».

Кроме замка местом действия также могут быть аббатства и монастыри. И здесь возникает некий парадокс: места, связанные с богом, становятся обителью ужасов. Человеческое зло по контрасту кажется еще страшнее, потому что происходит в месте, которое совсем не предполагает возможность совершения этого зла.

Пространство почти всегда погружено во тьму. Прибытие в место действия нередко происходит на закате или с наступлением сумерек, герои блуждают по подземным лабиринтам, катакомбам и пещерам в полумраке или полной темноте. Замок Удольфо впервые предстает перед Эмилией в торжественном вечернем полумраке, пугая ее суровым величием. Изабелла из «Замка Отранто» блуждает по подземельям замка, чтобы спасти свою жизнь и т.д.

Итак, в готическом романе создается особый мир, удаленный от современного читателя. Это ограниченное пространство, мрачное, таящее в себе много опасностей, которое герои зачастую не могут покинуть, пока не справятся со всеми испытаниями.

Еще одним устойчивым принципом готического романа является система персонажей. В готических романах конфликт строится на противопоставлении добродетели и порока. Положительные герои, как правило, это простые люди, ведущие скромную жизнь. Они олицетворяют собой невинность и чистоту. Отрицательные же герои обуреваемы страстями и злыми помыслами. И те, и другие достаточно схематичны. С. В. Тураев пишет, что «готический роман отнюдь не блещет искусством разработки характеров. Внешний портрет также лишь слабо намечен. “Красивые черты” у героинь, “суровые черты”, “мрачный вид”, бледное лицо монаха, контрастно выделяющееся на фоне монашеской рясы, “пронизывающий взгляд”, который никто не может выдержать, — целый каталог штампов» [Тураев, 1983, с. 124].

Образ «простого человека» в готическом романе связан с его беспомощностью при столкновении с большим миром непредвиденного и непредсказуемого. Положительный герой чувствует, что нечто непостижимое угрожает ему посреди мирной жизни. Ему приходится концентрировать все свои силы, чтобы противостоять угрозе и преодолеть препятствия на пути к справедливости и истине для себя и своих близких. Иногда герою помогают такие же добрые друзья. Главный герой близок к образу рыцаря из средневекового романа. Он отважен, справедлив и верен своей возлюбленной, которую зачастую приходится спасать из плена врага.

Женские образы в большинстве случаев — это чистые, невинные героини, воплощение добродетели, которые помогают передать атмосферу страха в готическом романе. Они восприимчивы к страху, и читатель, смотря на мир глазами героини, перенимает этот страх. У героини две возможных судьбы: она либо трагически погибает, не сумев одолеть злые силы (как Антония из «Монаха», Иммали из «Мельмота Скитальца»), либо благополучно преодолевает все препятствия, одолевает зло и выходит замуж по собственному выбору (Агнесса из «Монаха»).

Положительные герои в готическом романе отступают на второй план, а на первый выходит злодей. С образом злодея будет связана ключевая функция готического романа — через изображения ужасных поступков страшных героев внушать страх читателю. По мнению Н. А. Соловьева, «злодеи готических романов оказываются сродни байроновским мрачным фигурам злодеев и несчастливцев, одиноких бунтарей, скитающихся по свету в поисках невозможного, спасающихся от самих себя, от боли мыслить и желать» [Соловьева, 1984, с. 15]. Вальтер Скотт так характеризует злодеев из романов Анны Радклиф: «Никогда раньше не появлялся на страницах романов столь выразительно изображенный персонаж, равно отвратительный как из-за своих прежних преступлений, так и из-за тех, которые он намеревается совершить; человек, чьи таланты и энергия делают его страшным, ханжа и прожигатель жизни в одном лице, бесчувственный, же-

стокий и неумолимый» [Цит. по: Скобелева, 2008]. Элизабет МакЭндрю характеризует готического злодея как мифическую и символическую фигуру, в чьем образе автор показывает природу нравственной зыбкости. Они символически являются носителями дьявольского начала и наряду с призраками и монстрами в романе демонстрируют глубину зла, безумия и мучений в человеческом сознании.

По мнению исследовательницы, существует три типа готических злодеев:

1) герой сочетает в себе черты злодея и положительного героя. В его душе происходит конфликт, положительные и отрицательные начала борются внутри него (Манфред из «Замка Отранто» Уолпола, Амброзио из «Монаха» Льюиса и Франкенштейн из романа Мэри Шелли);

2) злодей — гнусный лицемер, ханжа, стремящийся к власти и богатству, он готов пойти на все ради своей цели. Это сильная личность, но уважать его не за что (Монтони из «Удольфских тайн» и Скедони из «Итальянца» Анны Радклиф);

3) злодей является олицетворением безжалостного зла. Он вызывает мистический ужас, доказывая, что «темные иррациональные силы неистовствуют в мире и душе человека» (Мельмот Скиталец из романа Метьюрина и Ватек из одноименной повести Бекфорда). Зачастую его образ сопровождается мистическими символами. Например, Мельмонта сопровождают таинственные звуки, они служат предзнаменованием встречи с ним, он неведомым образом появляется и исчезает; всех, кто встречается ему на пути, ждет печальная судьба. [Скобелева, 2008].

Внешность «злодеев» отражает их характер — властный, честолюбивый, страстный. Зачастую это высокие ростом, с суровым и бледным лицом, мужчины.

Злодеи всегда одиноки. Обладая значительной властью над людьми, они несчастны, их жизненный путь заканчивается всегда трагически. Манфред, по ошибке убивший собственную дочь, отрекается от княжеского титула и уходит в монастырь. Монтони и Скедони становятся самоубийцами, когда их преступления удастся разоблачить. Открыв грешнику Амброзио страшную правду о его жизни, дьявол сбрасывает монаха в пропасть. Франкенштейн умирает вдали от родины, среди арктических льдов. Ватек и Мельмота ждут вечные муки.

Злодеи не в силах противостоять своим страстям или не хотят этого делать. В результате свои многочисленные таланты эти люди используют во зло себе и другим.

Третьей характерной чертой готического романа можно назвать атмосферу ужаса, пронизывающую произведение. Готический сюжет чаще всего опирается «на схему авантюрного романа, основой которой является пространственное перемещение героя под воздействием неких внешних обстоятельств (что отличает его, например, от романа путешествий). Завязкой

его, как правило, является драматическое событие, резко изменяющее жизнь героя (героини), вырывающее их из привычной среды и отдающее во власть чужих и враждебных сил» [Вацуро, 2002]. Однако именно атмосфера ужаса и мистики создает неповторимое ощущение страха и тревоги у читателя. Герои оказываются втянуты в водоворот событий, которые заставляют их столкнуться с темными силами, древними проклятиями и загадочными явлениями. Они могут оказаться в ловушке, потерять дорогу, столкнуться с враждебными существами или даже потерять рассудок. Все это делает готический роман увлекательным и захватывающим чтением.

Душевная жизнь персонажа разворачивается в специфических координатах страшного и фантастического. В результате в центре внимания часто оказывается измененное состояние психики: полубред, галлюцинации, сны, сумасшествие.

Базовая категория готики — категория тайны. «Таинственное, чудесное, необъяснимое в романе ужаса становятся обязательными, структурообразующими факторами. Излюбленная тема готики — «не познание бытия, а его загадочность». Роману не обязательно наличие сверхъестественного, главное — загадка, которая сама по себе вызывает тревогу у читателя. В. Э. Вацуро писал, что именно тайна является подлинно ужасной, так как в ней обнаруживается «присутствие надличной силы, с которой невозможно бороться человеческими средствами, ибо нельзя проникнуть в ее законы», «поэтому она «жутка» (unheimlich), в отличие, например, от реальной опасности» [Вацуро, 2002].

Можно выделить основные мотивы, вызывающие страх у читателя или создающие атмосферу ужаса и тревоги. Прежде всего это мотив смерти. Реальность готического романа наполняют события и феномены, так или иначе связанные со смертью и напоминающие о ней. Это убийства, похороны, трупы, склепы, кладбища, гробы, отпевания и т. д.

И с психологической, и с религиозной точек зрения смерть — это величайшая тайна из всех, с которыми сталкивается готический персонаж. В готике обнаруживается взгляд за смертельный предел и взгляд из-за смертельного предела. Существа, так или иначе ушедшие из жизни, тем или иным образом в виде привидений или различных монстров возвращаются обратно в мир живых. Такое возвращение становится одним из главных сюжетообразующих механизмов готики. Важным становится исследование посмертной судьбы героя-грешника.

Со смертью тесно связан мотив амбивалентности, т. е. двойственности по отношению к чему-либо. Например, монстр Франкенштейна получен путем оживления мертвой плоти. Здесь мы видим колебания между живым и мертвым. Также сюда относится мотив двойничества. Двойник отрицает уникальность субъекта и может заменить его собою. Он всегда отрицатель-

ный и воплощает темную сторону героя. Столкновение с двойником побуждает человека к анализу неведомых прежде чувств и может вызывать психологическую трансформацию личности.

Наконец, один из ключевых принципов построения сюжета в готическом романе — это создание атмосферы неопределенности и тревожного ожидания при помощи недомолвок, намеков и умолчаний. Читатель остается в неведении относительно некоторых событий или деталей, что создает напряжение и усиливает интерес к сюжету. Загадочная и неопределенная угроза может напугать даже самого отважного героя. Особенно страшно то, о чем читатель может только догадываться. Недомолвки могут быть самыми разными: рассказ, оборванный на самом интересном месте, гаснущая лампа во время чтения таинственного пергамента, неясная тень или приглушенные рыдания. Все это намекает на возможную опасность, которая может подстергать героев романа.

Таким образом, в основе сюжета готического романа лежит путешествие героя в мир, полный опасностей и загадок. Это путешествие сопровождается различными испытаниями и встречами с темными силами, что делает сюжет увлекательным и захватывающим.

4. Трансформация традиций готического романа в творчестве А. В. Иванова (на примере романа «Пищеблок»)

Готический роман с течением времени подвергался различным трансформациям, что говорит о гибкости и универсальности его структуры. Традиции готического романа в современной литературе далеко уходят от канона, однако не теряют его элементы. В качестве материала для настоящего исследования послужили традиции готического романа и их изменение в романе А. В. Иванова «Пищеблок».

Как уже было сказано, традиционными топосами готического романа являются замок или же монастырь, аббатство, кладбища, древние развалины, подземелья, пустыри и т. д. В романе начала XXI в. данная традиция нарушается и местом действия становится пионерский лагерь. А. Иванов не первым использует образ детского лагеря как места, где локализируются сверхъестественные силы. Подобные образы встречаются в детских повестях Э. Успенского, Е. Неволиной, В. Крапивина и др. [Кун, 2020]

Лагерь «Буревестник» на первый взгляд совсем не соответствует готическим традициям. У лагеря насыщенная история, корнями уходящая в дореволюционную Россию. Это бывший дачный поселок, который в свое время был завоеван Красной армией. Вместо мрачных и пугающих темных замков с подземельями и темными коридорами герои оказываются в светлом и почти что сказочном месте: *«Под высокими корабельными соснами вдоль берега Волги стояли сказочные пряничные теремки — причудливые, как елочные игрушки, лубочно веселые, все в кудрявой резьбе, с фигурными крылечками, с какими-то мансардами и балкончиками, с застекленными верандами, с разноцветными фронтонами, с башенками, с кровлями шатром,*

лодочкой или палаткой. Не дачный поселок, а выводок резвых деревянных петушков с гребешками и пестрым опереньем» [Иванов, 2018]. Эти «пряничные теремки» хоть и не вполне вписываются в реалии повседневности, но точно не вызывают тревоги или ужаса, и главный герой романа Валерка Лагунов даже называет их «приветливыми». Место действия представляется как пространство, от которого герой и читатель не ожидают ничего сверхъестественного.

За вышеперечисленными характеристиками сначала остается незамеченным, что в действительности лагерь отграничен от остального пространства. Территория лагеря окружена довольно высоким забором (физическая преграда), однако гораздо более серьезным сдерживающим фактором, не дающим ребятам выбираться за его пределы, становятся психологические препятствия: легенды о беглых зеках, утонувших в Волге детях и т. д. Поэтому покинуть территорию лагеря не представляется возможным.

Замкнутость пространства усиливается описанием окрестностей лагеря. До «Буревестника» можно добраться исключительно по воде, потому что обычную дорогу постоянно затапливает. Вокруг лагеря — древние Жигулевские горы и лес. Ближайший город Куйбышев — «закрытый город», в котором люди могут только мечтать о встрече с иностранцами, наводнившими Москву в связи с Олимпиадой, или о покупке товаров из-за рубежа.

Мотив ограниченности пространства распространяется на всю Россию: столица закрыта для случайных туристов из провинции, и в целом вся страна — это «большой пионерлагерь», из которого, по словам одной из героинь, Вероники, нельзя убежать. Таким образом, А. Иванов распространяет ощущение невозможности покинуть место действия на весь Советский Союз.

Покинуть «Буревестник» очень сложно, попасть туда — гораздо легче. Жители близлежащей деревни Первомайская рассматривают лагерь как основной источник заработка и не упускают случая забрать к себе домой «экономленные на пионерах продукты».

На фоне резных построек заметно выделяются «казенные новодель» советского периода: прежде всего пищеблок и Дружинный дом. Образ пищеблока стоит рассмотреть более подробно. Его смысловое наполнение по ходу развития сюжета обогащается. Сначала это просто столовая, ничем не примечательное здание: *«Одноэтажное и безликое здание пищеблока, сложенное из силикатного кирпича, выглядело как прачечная; (...) пищеблок имел обычные окна с деревянными рамами. Снаружи оконные проемы были перекрыты решетками. Рисунок их прутьев напоминал восходящее солнце с лучами — как на гербе СССР. Над кровлей кухни торчали две черные железные трубы. Из форточки, подвывая, вентилятор выбрасывал струю горячего котлетного запаха. У задней двери громоздились ящики из-под овощей и мятые баки с объедками. Широкий главный вход поверху был гостеприимно украшен выцветшим транспарантом “Приятного аппетита!”»*

[Иванов, 2018]. Единственное, на чем стоит акцентировать внимание, — это решетки на окнах. Они повторяют традиционный для готического романа мотив ограниченности пространства. Пищеблок, с одной стороны, служит надежным убежищем от рядовых вампиров — «пиявцев» (Валерка прячется там ночью), с другой — не справляется с функцией западни для предводителя вампиров.

Постепенно значение слова «пищеблок» расширяется. В действительности, самовольное пересечение границ пионерлагеря хотя и расценивается педагогами как серьезное преступление, на самом деле таит в себе куда меньше риска, чем пребывание внутри него. «Пищеблоком» по сути можно назвать весь лагерь в целом, потому что, оказывается, он служит своеобразной «вампириской фермой». Лагерь оказывается местом обитания высшего вампира — стратилата, подчиняющего себе отдыхающих в нем детей и вожатых. Их судьба — либо стать низшим вампиром («пиявцем»), либо превратиться в покорного поставщика крови («тушку»). За их счет стратилат питается кровью.

Дом стратилата тоже не соответствует готическому канону: *«Серезжа указал на самый, наверно, красивый теремок: голубой и белый, двухэтажный, с верандой, балкончиком и башенкой»* [Иванов, 2018]. Тем не менее в лагере ходят мрачные легенды о том, что в этом доме есть черная комната, в которой пропадают люди. При виде «ладненького голубого домика» у Валерка «по спине побежали мурашки». Это первый намек, который дает читателю автор, на то, что с этим домом и его хозяином что-то не так.

Дневная «прятничность» лагеря — аллюзия на дом-ловушку для детей ведьмы из известной сказки. Ночью он преобразуется, наделяется мистическими характеристиками, отражающими его истинный облик. Дома, деревья и прочие предметы на территории лагеря выступают из тьмы частями, словно искажаются в глазах наблюдателя: *«Деревянные терема, неровно и зыбко освещенные круглой луной, выступали из тьмы причудливыми частями: фигурным крылечком, ведущим в никуда; углом крыши, висящим в пустоте; взлетающим острым фронтоном»* [Иванов, 2018].

Еще один важный топос, представленный в романе, — это заброшенная полуразрушенная церковь. Примечательно, что, описанная по готическим канонам (*«Изувеченная церковь возвышалась в сквозистых прозрачных сумерках за какой-то затаенной угрозой, словно за ее стенами пряталась вооруженная засада, словно церковь лишь притворялась мертвой, а на самом деле была только тяжело изранена, и потому еще могла нанести убивающий удар»* [Иванов, 2018]), в сюжете она не несет привычной для готического романа амбивалентности, выступает местом защиты главного героя, спасая его от нечисти.

Стоит поговорить и о времени в романе. Ключевым историческим событием и по совместительству лейтмотивом внешнего мира в книге А. Ива-

нова является Олимпиада-80. Сквозь два окошка телеэкранов пионеры и работники лагеря наблюдают за спортивными событиями в далекой Москве. Время действия, как и в готическом романе, удалено от читателя. Хотя по количеству лет временная дистанция не так уж и велика, однако за этот период жизнь в России настолько сильно изменилась, что реалии советских 1980-х годов воспринимаются современным читателем, особенно молодым, как далекое, малоизвестное и загадочное прошлое.

Таким образом, пространство и время в «Пищевлоке» сохраняют основную черту готического романа — замкнутость, однако хронотоп уже не отражает наглядно те ужасы, которые происходят в этом месте и в это время.

Героев романа можно разделить на несколько групп: герои, борющиеся со злом; герои, знающие о зле, но по каким-либо причинам игнорирующие его; герои, не знающие о зле; вампиры — олицетворение зла в романе. Нас в первую очередь интересуют первая и последняя группы.

К героям, борющимся со злом, относятся два персонажа: Игорь Корзухин, вожатый четвертого отряда, и Валерка Лагунов, пионер из четвертого отряда.

В готической традиции главные герои представлены как исключительно положительные во всех отношениях персонажи. Они не обладают какими-то ярко выраженными индивидуалистическими чертами. Это храбрые герои, борющиеся за справедливость. Образы главных героев «Пищевлока» более неоднозначны. Игорь Корзухин, студент второго курса филологического факультета, поначалу вообще не производит впечатления главного положительного героя. Он вынужденно едет в лагерь на педагогическую практику, утешая себя тем, что там будет много молодых девушек-вожатых: *«Люди плыли навстречу каким-то удивительным впечатлениям, танцевали на палубе, пили вино, шутили и смеялись, а он, Игорь Корзухин, был на все гайки и контргайки привинчен к пионерлагерю, к летней практике, к высшему образованию, к трудовой биографии...»* [Иванов, 2018]. Кажется, что единственная цель Игоря — «закрутить» летний роман с одной из сотрудниц лагеря: *«Игорь полагал, что студентки-педагогини ничем не хуже универовских филологинь, а может, и лучше, если после практики не захочется продолжать отношения»* [Иванов, 2018].

Он старается произвести впечатление на девушек и только ради этого едет в рубке с капитаном, а не со всеми остальными вожатыми: *«Вожатки в пионерлагере должны удивиться: что это за парень такой к ним приплыл — торчал всю дорогу рядом с капитаном?»* [Иванов, 2018].

И в глазах других героев Игорь не выглядит типичным положительным персонажем: *«...Иван Палыч не доверял этому сопляку. Слишком много в юнце было выпендрежа: и джинсы, и самодельный значок с гитаристом, и патлы»* [Иванов, 2018]. Игорь совершенно не вписывается в лагерное сообщество, да и в целом в советское общество: его не устраивает советская модель воспитания, никому ненужные формальности — пережитки прошлого.

Игорь чувствует себя заложником и в лагере, и в советском режиме. В душе Игорь мечтает о дальних странах и приключениях, он хочет увидеть «щербатые грани древних пирамид», острова Рапануи, джунгли, Атлантиду и многое другое. Игорь, который завидует эгоизму Димона в его отношении к жизни («*С таким эгоизмом жизнь — легкотня*»), на деле оказывается романтическим героем, одиноким мечтателем, который борется с системой доступными ему методами: отказывается стричься и одеваться, как все, увлекается музыкой «Битлз», защищает своих пионеров в различных конфликтных ситуациях.

По ходу развития романа Игорь проявляет все лучшие качества. На фоне других вожатых он кажется самым разумным, единственным, кто старается понять детей и встать на их сторону. Когда Игорь влюбляется в одну из вожатых, Веронику, любовь становится для него главной движущей силой. Мы понимаем, что это не тот «односменный» роман, о котором он мечтал вначале, а глубокое и искреннее чувство, которое намерен отстаивать: *«Но имеет ли Игорь право ломать им жизнь? Особенно если Вероника сказала, что не желает этого. Да, имеет! Он верит, что у них с Вероникой настоящая любовь, — значит, за нее надо бороться. И пусть проиграет тот, кто не вкладывал в любовь душевных сил»* [Иванов, 2018].

В глазах Валерки Игорь становится настоящим героем, пускай внешне он не соответствует этому статусу: *«Горь-Саныч выглядел как обычно: отросшие патлы, темные усики, загар, выцветшая футболка. Он не был ни силачом, ни красавцем, ни храбрецом. Но там, на Концертной поляне, он бросился в драку, спасая Валерку. И сейчас был готов вызвать огонь на себя, как делали солдаты на войне. Валерка понял, что в душе его расцветает гордость за такого друга. За такого командира. За свой маленький коллектив, который отважился вступить в войну с вампирами»* [Иванов, 2018].

Однако роль победителя зла автор отводит не Игорю. В решающей битве со стратилатом сражается не он, а Валерка, двенадцатилетний подросток. Почему же именно ему дано не просто победить зло, а стать его продолжением? Валерка, как и Игорь, тоже не вписывается в общество лагеря. Документальные фильмы ему интереснее мультфильмов, он не понимает споров из-за кроватей, девчонок, не любит лагерного «колдовства». Валерка предпочитает одиночество шумной компании сверстников: *«Папа считал, что Валерка слишком много читает и ему не хватает общения со сверстниками. Валерка не спорил, хотя в лагерях ему было скучновато. Папа у Валерки работал инженером в секретном конструкторском бюро, чертил двигатели для военных ракет. Это была государственная тайна, но непонятно, от кого. Как человек, думающий о Родине, папа хотел, чтобы сын был ближе к народу. А Валерку народ заколебал: одному побыть бы, без товарищей, без учителей и без глупой младшей сестренки, — вот чего надо»* [Иванов, 2018].

Валерка духовно старше своих сверстников, он способен рассуждать, пускай и немного в детской манере, о сути ужаса («*Ужас — от первобытной обезьяны. Обезьяна всего боялась, поэтому взяла палку, обточила камень и разожгла костер: в общем, стала человеком, чтобы не бояться. И человеческий мир не содержит в себе страха. Пускай этот мир порой скучный или дурацкий, но все равно не страшный. Конечно, даже в нем случаются страшные вещи: люди попадают под машину, болеют неизлечимыми болезнями или салятся в тюрьму. Но это от неправильного поведения. Дураки идут на красный светофор, пьют и курят, воруют. Короче, покупают черное пианино. Живи правильно — и страха не будет*»), о жизни и смерти («*Да, люди бывают глупыми, жадными и трусливыми. Но это люди. Они не пьют друг у друга кровь. И потому мир остается прекрасным. Однако где-то в тайных его глубинах по каким-то тайным трещинкам ползет холодная смерть. Она искусно прячется и проникает повсюду; она пожирает все, что попадает к ней на пути. Никто ее не замечает. А он, Валерка, заметил*» [Иванов, 2018]).

Их с Игорем помимо отстраненности от коллектива объединяет и мечтательность. Однако, в отличие от все того же Игоря, Валерка действительно хочет верить в советскую мифологию. Он любит истории о Гражданской войне, фильмы о Великой Отечественной, любит знамя и галстуки, которые метафизически являются частью этого знамени. Он хочет быть частью этого, но просто не может. В своих товарищах по отряду он поначалу не видит коллектива, а когда ребята все же сплочаются, Валерка все равно с разочарованием понимает, что это из-за контроля «пиявца» Левы. Герой гражданской войны оказывается главным злом, галстуки, значки и другая советская атрибутика — средством защиты вампиров от солнца, примерные пионеры и вожатые остаются примерными, только пока их кровь пьют вампиры.

Картина мира и все идеалы рушатся, но Валерка не сдается. Он находит свой коллектив в лице Игоря, общая цель и дух товарищества воодушевляют его: «*Узкая ладонь Валерки была твердой, как у взрослого человека. Через рукопожатие будто прострелила горячая искра. Валерка верил, что Горь-Саныч — надежный друг, он не подведет, и потому Валерка тоже не подведет Горь-Саныча. Таких друзей у Валерки еще никогда не было*» [Иванов, 2018].

Внешне Валерка создает впечатление хрупкого ботаника, который нуждается в защите: «*Он был невысокий, худенький и в очках. Учителям казалось, что он нуждается в опеке, иначе его затрут или потеряют. Но Валерка Лагунов в опеке никогда не нуждался*» [Иванов, 2018]. Валерка борется за свои идеалы и, как и Игорь, за возлюбленную, хотя внешне совсем не соответствует образу образцового пионера, растиражированному советской пропагандой. Он смело отвечает на нападки сверстников, защищает Анастасийку от парней из старших отрядов, один ходит в лес и т. д. В конце

романа во время финальной битвы с во много раз превосходящим его силами противником Валерка все равно не сдается: *«Но Валерка все равно поднимался на ноги. Очки его сидели косо, и в оправе уцелело только одно стеклышко; из носа текла кровь, рубашка была порвана, и на колене тоже зияла дыра. Маленький и растерзанный Валерка ничем не напоминал тех опятных и правильных пионеров, что украшали собою плакаты в простенках»* [Иванов, 2018].

Он жертвует собой и уничтожает стратилата. Однако в конце романа вопреки готической традиции зло не просто не побеждено, главный герой становится носителем зла. Нет ощущения счастливого конца, история еще не окончена, что будет впереди — неизвестно. Но герои сдаваться не намерены.

Злодеи в романе — это вампиры. Возглавляет «пищевую цепочку» стратилат, ему подчиняются «пиявцы», которые, поглощая кровь «тушек», кормят стратилата.

Главный носитель зла в романе вопреки традиции не обладает клишированными чертами готического злодея. Серп Иванович Иеронов — обаятельный пожилой мужчина, почетный пенсионер, герой Гражданской войны, уважаемый в городе и в лагере. После первой встречи Валерка говорит, что он «вроде добрый». В силу возраста и небольшого жизненного опыта он не способен правильно истолковать ключевую деталь во внешности злодея — его глаза. Валерка видит, что глаза Серпа Иваныча *«печальны и словно бы видели все на свете. В них таится бездна, как будто он смотрит в телескоп, проваливаясь в высокую пропасть ночного неба, только в этой пропасти нет мерцающих звезд — лишь черный дым. Возможно, это дым Гражданской войны»* [Иванов, 2018]. Для подростка мрачный взгляд старика — это лишь отражение всех тягот, которые выпадали на его долю. Валерка не обращает внимания и на странное свечение, которое излучает лицо Серпа Ивановича во время ночной беседы. Мальчику кажется это притягательным.

Личность Серпа Ивановича окутана красивой легендой о смелом бойце, герое Гражданской войны, спасителе мирных жителей, которая в финале романа развенчивается рассказом бабы Ньюры о кровавой расправе над мирными зажиточными дачниками, затеянной Серпом (Сергеем) и его братом Молотом (Матвеем) Иероновыми.

Несмотря на многочисленные отступления от образа классического вампира-злодея, Серп Иванович является олицетворением безжалостного зла. Он вызывает мистический ужас, доказывая, что «темные иррациональные силы неистовствуют в мире и душе человека».

Классическая готическая традиция, выведенная из романов Уолпола, гласит, что прекрасное и идеальное — значит доброе, уродливое и таинственное — злое. В романе А. Иванова эта традиция переворачивается: обаятельные и красивые внешне взрослые и дети, воплощающие образец совет-

ского человека (пионера, комсомольца, героя Гражданской войны), являются вампирами, а обычные люди, которые описаны с неким пренебрежением, оказываются настоящими героями. Таким образом, система персонажей в романе А. Иванова представлена сложнее, чем в готическом каноне. Главные герои уже не полярно хорошие или плохие, их образы глубже.

Задача готического романа — вызывать ощущение страха и тревоги за счет атмосферы страха, ужаса и мистики. Эта задача последовательно реализуется в романе А. Иванова. В первую очередь мистическую канву текста создает пролог. Вожатый рассказывает своим подопечным легенду о гипсовой горнистке и мальчике-барабанщике, напоминающую по форме и содержанию детскую страшилку: оставшись без своего возлюбленного, которого разбили какие-то пионеры, гипсовая горнистка каждую ночь ходит по лагерю и ищет обидчиков ее барабанщика. Один из пионеров решает проверить легенду и ночью выбирается из корпуса: *«На аллее мелькнула какая-то неясная фигура, и мальчик застыл. (...) По аллее шла девочка примерно того же возраста, что и мальчик, который укрывался за акацией. При каждом движении эта девочка странно подрагивала всем телом, будто в ней что-то ломалось. Белая блузка. Белая юбка. Белый пионерский галстук. Белые руки и ноги, белое безглазое лицо, белые каменные косы. Это была гипсовая горнистка. Она казалась роботом, но роботов включало электричество, а горнистку оживила тьма. Горнистка искала тех, кто убил ее барабанщика. Искала, чтобы тоже убить»* [Иванов, 2018].

Как и в готическом романе, повествование начинается с тайны, которую читатель должен захотеть разгадать. Но автор обманывает читателя: страшная история не получает сюжетного развития, тайна статуи не раскрывается, но появляется другая — вампиры.

Легенд и детских страшилок в тексте романа много. Это истории о беглых эзках, о черной комнате, черном платке, пианино и т. д. Если в традиционном готическом романе тревога достигалась за счет мрачных пейзажных картин, подробного описания замкового хронотопа и введения таинственного предмета (зеркало, потайная дверь, портрет, доспехи и т. п.), то в «Пищевом блоке» эту функцию должны были бы выполнять именно страшные легенды, но они создают только комический эффект из-за того, что рассказаны детьми и звучат явно нереалистично, и сами персонажи в них не всегда верят [Трушкина, 2023].

Как уже было сказано ранее, для готических романов характерна частая смена событий. И в «Пищевом блоке», как мы видим, эта традиция реализуется. Повествование постоянно переключается с Игоря на Валерку, разница в их восприятии вампиризма создает объемную картину, пугающие сцены с вампирами быстро сменяются обычными лагерными буднями, наполненными детскими проблемами и подготовкой к мероприятиям, а сюжетная линия вампиров словно обрывается, и создается ощущение недосказанности и умолчания. Д. Л. Куликова, исследуя литературную кинематографичность в

романе, говорит о большом количестве киноэффектов в литературном тексте, придающих ему свойства повышенной визуальной выразительности и обеспечивающих эффект «присутствия» [Куликова, 2021]. Например, сцена финальной схватки Валерки со стратилатом описана в духе триллера. В ней напряжение достигает своего пика, вызывая состояние тревоги и яркие эмоции.

Категория фантастического в романе «Пищеблок» тоже реализуется в соответствии с традициями готического романа. Поначалу сам факт существования вампиров самим героям кажется нереальным: Валерка пытается убедить себя, что сцена питья Левого крови соседа по комнате — это сон («*Это был сон. Утром заиграет горнист, и морок развеется без следа!*»). Игорь тоже до последнего не верит в вампиров, но зло оказывается реальным, а не простым детским вымыслом. «Пищеблок» — яркий представитель готики ужаса.

Категория ужаса воплощается в страхе смерти. Вампиры противоположны нашему миру, колеблются между живым и мертвым. Однако А. Иванов по-своему интерпретирует этот образ. Вампиры — это «порядочные люди»: «порядочные» пионеры, «порядочные» комсомольцы, «порядочная» шпана. Отсюда возникает двойственность образов, свойственная готическим романам. С одной стороны, перед нами образцовые советские люди, с другой — монстры, которые по ночам выходят на охоту и поработают других.

Новым становится способ уничтожения стратилата: его можно убить, лишив возможности напиться крови в свою луну. При этом писатель упоминает и вполне традиционные методы борьбы с вампирами: использование святой воды и осинового кола, сжигание на костре.

Таким образом, способы создания атмосферы ужаса (тайное, фантастическое, смертельное и т.д.) в сюжете «Пищеблока» остаются практически неизменными, меняется только их подача. Некоторые композиционные элементы, например, легенды, меняют свое назначение на комическое. Непоследовательность повествования наделяется современными кинематографическими чертами и т. д.

5. Заключение

Подводя итог, можно сказать, что роман А. Иванова «Пищеблок» во многом сохраняет основные черты готических романов, хотя и трансформирует их, подстраивая под запросы современных читателей. Статичные герои готического романа уже неинтересны, поэтому требуют детальной проработки, становятся более неоднозначными. Готический злодей из загадочного и мрачного героя превращается в почитаемого человека, который, если бы не случай, еще долго оставался бы безнаказанным. Сохраняется мотив интриги: читатель, как и герои, долгое время не догадываются, кто же источник зла в лагере. При этом весьма интересным нам кажется то, что он мастерски вписывает «ужасное» в картину советской действительности,

превращая элементы классической готики в средство эмоциональной оценки советского общества.

Список литературы

Байрамкулова, Л. К. Готическая эстетика в романе Э. Бронте «Грозовой перевал» / Л. К. Байрамкулова. — Текст : непосредственный // Вестник Московского финансово-юридического университета. — 2012. — № 2. — С. 218–230.

Бахтин, М. М. Формы времени и хронотопа в романе. Очерки по исторической поэтике / М. М. Бахтин. — Москва : Художественная литература, 1975. — 252 с. — Текст : непосредственный.

Вацуро, В. Э. Готический роман в России / В. Э. Вацуро. — Москва : Новое литературное обозрение, 2002. — 544 с. — Текст : непосредственный.

Григорьева, Е. В. «Ужас — главное орудие автора» («готический» роман в европейском художественном дискурсе) / Е. В. Григорьева. — Текст : непосредственный // Научная мысль Кавказа. — 2009. — № 4. — С. 89–94.

Иванов, А. В. Пищевые блок / А. В. Иванов. — Москва : АСТ, 2018. — 416 с. — Текст : непосредственный.

Куликова, Д. Л. Литературная кинематографичность в романе «Пищевые блок» Алексея Иванова / Д. Л. Куликова — Текст : непосредственный // Филологические науки. Вопросы теории и практики. — 2020. — № 12. — С. 339–344.

Куликова, Д. Л. Поэтика ужасного в произведениях А. В. Иванова : специальность 10.01.01 «Русская литература» : автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук / Куликова Дарья Леонидовна ; Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова. — Москва, 2021. — 29 с. — Текст : непосредственный.

Кун, М. Образ позднесоветского пионерского лагеря в произведениях российской массовой культуры 2010-х годов / М. Кун. — Текст : непосредственный // Гуманитарный вектор. — 2020. — № 5. — С. 85–92.

Напцок, Б. Р. Традиция литературной «готики»: генезис, эстетика, жанровая типология и поэтика: на материале английской литературы : специальность 10.01.08 «Теория литературы. Текстология» : автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора филологических наук / Напцок Бэлла Радиславовна ; Кубанский государственный университет. — Краснодар, 2016. — 51 с. — Текст : непосредственный.

Скобелева, Е. В. Традиция «готического» романа в английской литературе XIX и XX веков : специальность 10.01.03 «Литература народов стран зарубежья (западноевропейская литература)» : автореферат диссертации на

соискание ученой степени кандидата филологических наук / Скобелева Екатерина Витальевна ; Московский педагогический государственный университет. — Москва, 2008. — 19 с. — Текст : непосредственный.

Соловьева, Н. А. Английский предромантизм и формирование романтического метода / Н. А. Соловьева. — Москва : Издательство Московского университета, 1984. — 146 с. — Текст : непосредственный.

Танасейчук, А. Б. Готическая традиция в литературно-художественном сознании Запада / А. Б. Танасейчук. — Саранск : Издательство Мордовского университета, 2023. — 108 с. — Текст : непосредственный.

Трушкина, А. П. Готика в свете пародии: роман А. Иванова «Пищевые блоки» / А. П. Трушкина. — Текст : непосредственный // Проблемы компаративистики и межкультурной коммуникации в современном мире. — Петрозаводск : ПетрГУ, 2023. — С. 31–38.

Тураев, С. В. От Просвещения к романтизму. Трансформация героя и изменение жанровых структур в западноевропейской литературе конца XVIII — начала XIX в. / С. В. Тураев. — Москва : Наука, 1983. — 255 с. — Текст : непосредственный.

Уланович, О. И. Метафорические проекции в вербализации чувства страха в готическом романе как элементы литературного жанра и идиостиля / О. И. Уланович, Д. Б. Розыева. — Текст : непосредственный // Языковая личность и эффективная коммуникация в современном поликультурном мире : материалы IV Международной научно-практической конференции (г. Минск, 25–26 октября 2018 г.). — Минск : Белорусский государственный университет, 2018. — С. 226–232.

Уолпол, Г. Замок Отранто / Г. Уолпол. — Москва : АСТ, 2021. — 224 с. — Текст : непосредственный.

Статья получена: 01.11.2024

Статья принята: 10.12.2024

TRANSFORMATION OF THE TRADITIONS OF THE GOTHIC NOVEL IN THE WORKS OF A. V. IVANOV (ON THE EXAMPLE OF THE NOVEL "THE FOOD HALL")

Y. V. Nesynova

Nizhny Tagil State Social Pedagogical Institute (branch)
of the Russian State Vocational Pedagogical University
Nizhny Tagil, Russia
nt-neca@mail.ru

E. A. Vorobyova

Nizhny Tagil State Social Pedagogical Institute (branch)
of the Russian State Vocational Pedagogical University
Nizhny Tagil, Russia
eva.vorobeva.2002@yandex.ru

Annotation. The article examines the history of the origin and main features of the classic Gothic novel, as well as the fate of the genre in literature of the late twentieth and early twenty-first centuries. The analysis of the preservation and transformation of the traditions of the Gothic novel in A.V. Ivanov's novel "The Food Hall" is carried out. To study this genre tradition, genre and comparative analysis, elements of structural and intertextual analysis were used. It is concluded that the Gothic novel had a significant impact on modern Russian literature. The Gothic canon has become a solid foundation for creating your own plots that meet the demands of the time.

Keywords: A.V. Ivanov; novel "The Food Hall"; Gothic novel; spatial and temporal organization; character system; techniques for creating an atmosphere of horror.

References

Bayramkulova, L. K. (2012). Goticheskaya estetika v romane E. Bronte «Grozovoj pereval» [Gothic aesthetics in E. Bronte's novel Wuthering Heights]. *Bulletin of the Moscow Financial and Law University*, 2, 218-230.

Bakhtin, M. M. (1975). *Formy vremeni i hronotopa v romane. Ocherki po istoricheskoy poetike* [Forms of time and chronotope in the novel. Essays on historical poetics]. Moscow: Fiction.

Vatsuro, V. E. (2002). *Goticheskij roman v Rossii* [Gothic novel in Russia]. Moscow: Novoye Literaturnoye Obozreniye.

Grigorieva, E. V. (2009). «Uzhas — glavnoe orudie avtora» («goticheskij» roman v evropejskom hudozhestvennom diskurse) [“Horror is the author’s main weapon” (the “Gothic” novel in European artistic discourse)]. *Nauchnaya Mysl' Kavkaza*, 4, 89–94.

Ivanov, A. V. (2018). *Pishcheblok* [Food Block]. Moscow: AST.

Kulikova, D. L. (2020). Literaturnaya kinematografichnost' v romane «Pishcheblok» Alekseya Ivanova [Literary cinematography in the novel "Food Block" by Alexey Ivanov]. *Poetika uzhasnogo v proizvedeniyah A. V. Ivanova*, 12, 339-344.

Kulikova, D. L. (2021). *Poetika uzhasnogo v proizvedeniyah A. V. Ivanova* [Poetics of the terrible in the works of A. V. Ivanov] [Candidate dissertation, Lomonosov Moscow State University].

Kun, M. (2020). Obraz pozdnesovetskogo pionerskogo lagerya v proizvedeniyah rossijskoj massovoj kul'tury 2010-h godov [The image of the late Soviet pioneer camp in the works of Russian mass culture of the 2010s]. *Gumanitarnyj vektor*, 5, 85-92.

Naptsok, B. R. (2016). *Tradiciya literaturnoj «gotiki»: genezis, estetika, zhanrovaya tipologiya i poetika: na materiale anglijskoj literatury* [Tradition of literary "Gothic": genesis, aesthetics, genre typology and poetics: based on English literature] [Doctoral dissertation, Kuban State University].

Skobeleva, E. V. (2008). *Tradiciya «goticheskogo» romana v anglijskoj literature XIX i XX vekov* [Tradition of the "Gothic" Novel in English Literature of the 19th and 20th Centuries] [Abstract of Candidate Dissertation, Moscow State Pedagogical University].

Solovieva, N. A. (1984). *Anglijskij predromantizm i formirovanie romanticheskogo metoda* [English Pre-Romanticism and the Formation of the Romantic Method]. Moscow: Moscow University Publishing House.

Tanaseychuk, A. B. (2023). *Goticheskaya tradiciya v literaturno-hudozhestvennom soznanii Zapada* [Gothic Tradition in the Literary and Artistic Consciousness of the West]. Saransk: Mordovian University Publishing House.

Trushkina, A. P. (2023). *Gotika v svete parodii: roman A. Ivanova «Pishcheblok»* [Gothic in the Light of Parody: A. Ivanov's Novel "Food Block"]. *Problems of Comparative Studies and Intercultural Communication in the Modern World* (pp. 31–38). Petrozavodsk: PetrGU.

Turaev, S. B. (1983). *Ot Prosveshcheniya k romantizmu. Transformaciya geroya i izmenenie zhanrovyh struktur v zapadnoevropejskoj literature konca XVIII — nachala XIX v.* [From Enlightenment to Romanticism. Transformation of the Hero and Changes in Genre Structures in Western European Literature of the Late 18th — Early 19th Century]. Moscow: Nauka.

Ulanovich, O. I., & Rozyeva, D. B. (2018). *Metaforicheskie proekcii v verbalizacii chuvstva straha v goticheskom romane kak elementy literaturnogo zhanra i idiostilya* [Metaphorical Projections in the Verbalization of the Feeling of Fear in the Gothic Novel as Elements of Literary Genre and Idiostyle]. *Language Personality and Effective Communication in the Modern Multicultural World: Proceedings of the IV International Scientific and Practical Conference (Minsk, October 25–26, 2018)* (pp. 226–232). Minsk: Belarusian State University.

Walpole, G. (2021). *Zamok Otranto* [The Castle of Otranto]. Moscow: AST.

Submitted: 01.11.2024

Accepted: 10.12.2024

УДК 81'373.612.2

МЕТАФОРИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ VIE EST ART ВО ФРАНЦУЗСКОМ ПЕСЕННОМ ДИСКУРСЕ

Е. П. Парнелл

Российский государственный профессионально-педагогический университет
Екатеринбург, Россия
ktrnlss0@gmail.ru

Аннотация. В статье рассматриваются особенности актуализации метафорической модели VIE EST ART во французском песенном дискурсе. Методология исследования построена на постулатах когнитивно-дискурсивной парадигмы, теории концептуальной метафоры, теории метафорического моделирования. Для решения поставленных задач были выбраны следующие методы исследования: метод выборки, метод контекстуального анализа, дискурс-анализ, концептуальный анализ, метафорическое моделирование. Материалом для настоящего исследования послужили метафорические контексты из франкоязычных песен XXI в. Как показало исследование, важную роль в концептуализации жизни во французском песенном дискурсе играют метафоры из сферы-источника Art, представленные фреймами «Письменное творчество», «Музыка», «Фильм». Эти данные могут быть обусловлены тем, что деятели искусства более склонны осмыслять абстрактные концепты в понятиях, которые близки им в повседневной практической жизни, т. е. в понятиях искусства. Для авторов песен это в первую очередь музыкальное и литературное творчество, но вполне ожидаемы и кинометафоры. Кино является синкретическим видом искусства, подобно синкретичности популярных песен, объединяющих текст и мелодию. Таким образом, выбор сферы-источника зависит от дискурсивных факторов, в частности, от рода деятельности авторов текстов.

Ключевые слова: метафора, французский язык, песенный дискурс, когнитивная метафора, картина мира, поп-культура

1. Введение

Музыка — это не только существенный компонент каждой культуры, но и важная часть жизни отдельного человека, которая направлена и на то, чтобы доставлять удовольствие, и на пробуждение ощущений, эмоций, ассоциаций. В сочетании с текстом музыка приобретает новые системные качества: может подбадривать нас эмоционально и рационально (подобно родителям), учить нас (подобно учителям), воодушевлять нас (подобно людям, достойным подражания). Также песенный дискурс может выполнять психотерапевтические функции: помогает пережить тревожные и трудные моменты в жизни, актуализирует воспоминания о счастливых моментах нашей жизни.

Песенный дискурс документирует историю социальных и культурных изменений в обществе и всегда находится в состоянии постоянной эволюции, объединяя новые идеи со старыми, создавая концептосферу, уникаль-

ную для каждого поколения. В современном обществе музыкальная культура становится одним из факторов формирования мировоззренческих установок. Музыка влияет на эмоциональное состояние и восприятие людей, их мышление и поведение, а с помощью музыкальных текстов артисты могут передавать свои идеи, взгляды на мир, а также рассказывать о важных социокультурных темах. Музыка становится не просто развлечением, а мощным инструментом культурной коммуникации, способствующим формированию коллективных ценностей и восприятия мира.

Дискурсивный мир, созданный в песнях, представляет собой идеализированное, возможно, даже утопическое видение, которое можно считать далеким от социальных реалий [Найденова, Мурадян, 2013; Плотницкий, 2023; Шевченко, 2009]. Это мир, в котором межличностные отношения, и особенно романтическая любовь, доминируют над остальными темами. Вместе с тем у разных песенных дискурсов существует своя специфика. К примеру, исследование песен Евровидения показало, что песенный дискурс этого конкурса создает картину мира, в которой акцент делается больше на универсальном, а не на индивидуальном человеческом опыте, в значительной степени замалчивают ссылки на национальные события прошлого. В данном случае песенный дискурс рассматривается как способ примирения людей разных культур, которые в реальной жизни могут находиться в конфликте или даже в состоянии войны [Motschenbacher, 2016].

Вместе с тем песенный дискурс часто несет в себе культурную специфику, отражает какую-либо национальную картину мира. Значимую роль в формировании картины мира играет метафора, которая используется для передачи абстрактных понятий через знакомые образы и символы [Беляевская 2016; Лаврова, 2015; Лакофф, Джонсон, 2004; Попова, 2024; Чудинов, Будаев, 2007].

Когнитивная теория метафоры — это теория в рамках более широкой области когнитивной семантики, целью которой является объяснение того, как смысл конструируется посредством взаимодействия языка и когнитивных структур [Баранов, 2014; Будаев, 2011; Чудинов, 2013; Kövecses, 2018]. Главное утверждение когнитивной теории заключается в том, что метафора — это не столько стилистический прием и риторическая фигура, сколько ментальная операция, которая является обыденной в нашей жизни. Сторонники теории утверждают, что мы думаем, применяя концептуальные структуры мысли из одной области жизни к другим областям жизни.

Концептуальная теория метафор рассматривает человеческую концептуализацию как основанную на человеческом воплощении. Опыт человеческого воплощения порождает основополагающие когнитивные структуры, называемые схемами-образами, которые действуют как основные когнитивные строительные блоки. Например, схема контейнера возникает из чувственного опыта взаимодействия человека с объектами, подобными контей-

нерам. В случае, когда кто-то говорит, что «в вашем тексте мало содержания», он использует метафору контейнера, чтобы объяснить природу содержания текста. Эти образ-схемы позволяют строить более сложные концептуальные области и ментальные пространства, которые затем способствуют дальнейшему построению концептуальных метафор.

Кроме этого, следующий важный шаг в теории концептуальной метафоры был сделан Ж. Фоконье и М. Тернером, которые заметили, что во многих случаях смысл формируется из нескольких когнитивных структур (блендинг) и полностью не выводится из лингвистического контекста. Другими словами, конструирование смысла — не просто сумма частей, как утверждали ранние теоретики концептуальной метафоры, а сложное взаимодействие, создающее новое содержание. Однако у этой теории есть и ограничения. Исследователи блендинга «анализируют единичные примеры (в основном свежие метафоры), и корпусных исследований метафоры в рамках этой теории не проводилось. Очевидно, это связано с большой практической сложностью корпусного описания концептуальных интеграционных сетей (уникальных для каждого конкретного случая) и отсутствием соответствующей методики» [Будаев, Чудинов, 2006, с. 44–45].

Довольно часто метафоры используются в музыкальных текстах, поскольку яркие и запоминающиеся образы помогают аудитории легче воспринимать абстрактные и комплексные понятия и эмоционально откликаться на музыку. Вместе с тем метафоры в песенном дискурсе нечасто привлекают внимание лингвистов. Среди немногочисленных примеров исследование Д. Рахмановой [2021], в котором было показано, что метафорическое осмысление концепта Love черпает образы из самого широкого круга сфер-источников. Если Дж. Лакофф и М. Джонсон [2004] указывали, что любовь осмысляется в английском языке как путешествие, то в этом исследовании было продемонстрировано, что для осмысления концепта LOVE в англоязычных песнях используется девять основных сфер-источников: «WAY» («Путь/дорога»), «DESEASE» («Болезнь»), «RELIGION» («Религия»), «WAR» («Война»), «ANIMATE NATURE» («Живая природа»), «INANIMATE NATURE» («Неживая природа»), «ARTIFACTS» («Артефакты»), «ART» («Искусство»), «HUMAN» («Человек»). Самыми распространенными сферами-источниками метафорической экспансии оказались «WAY» («Путь/дорога»), «DESEASE» («Болезнь»), «RELIGION» («Религия»), «INANIMATE NATURE» («Неживая природа») и «WAR» («Война»), что контрастирует с метафорической картиной концептуализации любви в обыденном языке. Если же учитывать малочастотные модели, то количество способов метафорической концептуализации исследуемого концепта увеличивается в два раза.

Настоящее исследование посвящено анализу метафорического представления концепта VIE в современном песенном дискурсе на материале

французского языка, что является актуальной задачей, поскольку песни отражают культурные особенности и ценности общества, предоставляя уникальный взгляд на жизнь. Сфера-источник метафорической экспансии «Искусство» еще не изучалась как в песенном дискурсе в целом, так и во французском дискурсе в частности, что обуславливает новизну настоящего исследования.

2. Материал и методика исследования

Материалом для настоящего исследования послужили метафорические контексты, восходящих к сфере-источнику ART, во франкоязычных песнях XXI в.

Методология исследования построена на постулатах когнитивно-дискурсивной парадигмы (В. З. Демьянков, Е. С. Кубрякова), теории концептуальной метафоры (Дж. Лакофф, М. Джонсон), теории метафорического моделирования (А. П. Чудинов, Э. В. Будаев). Используемые методы: метод контекстуального анализа, дискурс-анализ, метафорическое моделирование, описание, обобщение и классификация.

Сущность когнитивного подхода к языку заключается в том, что сегодня невозможно ответить на основные вопросы лингвистики без рассмотрения принципов, лежащих в основе когнитивной деятельности человека. Ученые в области когнитивной лингвистики не сомневаются, что язык следует рассматривать как систему, связанную с другими системами знаний, а не как изолированную автономную структуру единиц. Основа когнитивного отношения к языку — понимание его как средства формирования и выражения идей, хранения и организации знаний в человеческом сознании, обмена информацией. Соответственно, современная концепция метафоры строится на переходе от восприятия метафоры как чисто лингвистического явления к рассмотрению ее сущности как универсального когнитивного механизма.

Дискурсивный подход предполагает учет широкого перечня экстралингвистических факторов (автора текста, целевой аудитории, интенции, ситуации написания текста, ситуации представления текста и пр.). Сочетание когнитивного и дискурсивного подходов позволяет более достоверно описывать механизмы функционирования метафоры в песенном дискурсе.

Также важно подчеркнуть, что исследование метафоричности дискурса прежде всего основано на анализе не отдельных метафор, а системы метафорических моделей, с целью изучения метафоричности как специфической черты дискурса.

3. Метафорическая модель и ее структура

В данном параграфе мы дадим определение метафорической модели, выделим ее компоненты, установим принципы классификации рассматриваемых моделей, выделим классификацию основных разрядов когнитивной метафоры.

При определении метафорической модели (далее — ММ) мы будем опираться на понимание этого термина А. П. Чудиновым: «Метафорическая

модель — это существующая и/или складывающаяся в сознании носителей языка схема связи между понятийными сферами, которую можно представить определенной формулой: X — это Y, например, ПОЛИТИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ — это ВОЙНА» [Чудинов, 2013, с. 27].

В рамках ММ объекты X и Y не отождествляются напрямую, а лишь уподобляются на основе какого-либо признака, послужившего основанием для аналогии. При регулярности уподоблений двух понятийных сфер возникает ММ, т. е. одна сфера (сферы-источник) становится моделью для осмысления другой сферы (сферы-магнита). При таком моделировании в сфере-магните обычно сохраняется не только структура исходной области, но и эмотивный потенциал, характерный для концептов сферы-источника, что создает широкие возможности воздействия на эмоционально-волевую сферу адресата в процессе коммуникативной деятельности [Кабанова, 2021, с. 78].

Охарактеризуем признаки метафорической модели, описанные А. П. Чудиновым [2013].

1. *Сфера-источник*, т. е. понятийная область, к которой относятся неметафорические смыслы охватываемых моделью единиц. В некоторых случаях можно указать не только исходную понятийную область, но и ее компоненты, которые служат источником метафорического расширения.

2. *Сфера-мишень*, т. е. понятийная область, к которой относятся метафорические смыслы соответствующих модели единиц. Часто можно выделить не только основную понятийную область, но и ее конкретные компоненты, притягивающие соответствующие метафоры.

3. Относящиеся к данной модели *фреймы*, фрагменты базового языка мышления, структурирующие исходную концепцию (сферу-источник), а также используемые для альтернативной категоризации целевой сферы (сферы-мишени) в метафорическом контексте. Фреймы организуют знания о типичных ситуациях и стереотипах, формируя когнитивные сценарии развертывания модели.

4. Составляющий каждый фрейм *типовые слоты*, которые представляют собой элементы ситуации и конкретизируют аспекты фрейма. Термин «концепт» используется для описания этих составляющих слотов, которые чаще всего выражаются словами естественного языка. Концепт отражает представления человека о смыслах и оперирует содержанием опыта, знаний и результатов деятельности. Он представляет собой единицу сознания, связанную с другими концептами в концептуальной системе, образуя концептуальную сферу.

При описании слотов используется термин «концепт», служащий объяснению единиц ментальных или психических ресурсов нашего сознания и той информационной структуры, которая отражает знание и опыт человека;

оперативная содержательная единица памяти, ментального лексикона, концептуальной системы и языка мозга, всей картины мира, отраженной в человеческой психике [Краткий словарь когнитивных терминов, 1996, с. 90].

5. *Компонент*, связывающий сферу-источник и сферу-магнит. Чтобы определить компонент, необходимо выявить признаки, которые позволяют установить аналогии между указанными сферами, а также объяснить, почему они могут ассоциироваться и как понятийная структура сферы-источника подходит для описания элементов в сфере-магните.

6. *Дискурсивная характеристика модели*, которая охватывает типичные концептуальные направления, связанные с соответствующими метафорами, определяющими эмоциональные характеристики, прагматический потенциал модели и т. д.

7. *Продуктивность модели*, которая относится к ее способности развиваться и типичным направлениям этого развития в тексте и дискурсе. При анализе можно также оценить частотность использования соответствующих метафор модели, сопоставив эту частотность с учетом стилистических, жанровых и других характеристик текста [Чудинов, 2013, с. 28–30].

Самая известная классификация крупнейших разрядов концептуальных метафор представлена А. П. Чудиновым в книге «Очерки по современной политической метафорологии» [Чудинов, 2013, с. 35–36]. Согласно этой классификации, выделяются:

1) разряд антропоморфных метафор, отражающий концептуальное моделирование реальности с опорой на восприятие мира человеком через образ своего тела и опыт взаимодействия с миром. Это позволяет метафорически представлять абстрактные понятия в виде хорошо знакомых концептов; к этой сфере относятся концепты понятийных сфер «Анатомия и физиология», «Болезнь», «Семья»;

2) разряд природоморфных метафор, охватывающий концепты живой и неживой природы, конструирующие модель представления реальности. Источниками метафорической экспансии служат понятийные сферы «Животные», «Растения», «Неживая природа»;

3) разряд социоморфных метафор, включающий в себя образы социальной картины мира, возникающей из взаимодействия между людьми. Рассматриваемый разряд включает такие понятийные сферы-источники, как «Война», «Театр», «Игра», «Криминал»;

4) разряд артефактных метафор, восходящих к концептам, связанным результатами материальной деятельности человека («Механизм», «Дом (здание)» и др.).

Подводя итоги, можно сказать, что метафорическая модель имеет множество составляющих элементов, образующих связи между понятийными сферами человека и охватывающих различные концепты человеческого восприятия. В настоящей статье рассматривается сфера-источник ART (Искусство), служащая для метафорической концептуализации жизни.

Перейдем к рассмотрению данной концептуальной метафоры.

4. Метафоры со сферой-источником «Art» во французском песенном дискурсе

Как показал анализ, в песенном дискурсе востребованы образы из трех видов искусства: письменное творчество, музыка и фильмы.

Фрейм «Письменное творчество»

Метафоры данного фрейма сравнивают жизнь с литературным произведением. Это может быть просто книга (*un livre*) или произведение определенного жанра (*un roman*), которые наполняются содержанием по мере того как события наполняют жизнь человека. Ср.:

Ma vie est un livre

qui s'écrit chaque jour (Léa Castel. *Pressée de vivre*).

(Моя жизнь – это книга,
которая пишется каждый день).

Ma vie à moi

C'est ... Un roman qu'il faudra écrire (Ginette Reno. *La vie*).

(Моя собственная жизнь

Это... Роман, который придется написать).

С одной стороны, в подобных метафорах проявляется субъектная позиция, характерная для творческих людей в принципе: человек сам пишет страницы своей книги. Каждое событие, встреча и решение составляют слова и фразы этого текста. Мы влияем на сюжет своей жизни, а ее история формируется из того, как мы интерпретируем и осмысливаем различные события. Жизнь проходит быстро, словно страницы книги, которые пишутся с высокой скоростью. С другой стороны, автор может обращать внимание на то, что каждый человек является частью большого текста, который пишет сама жизнь, это подчеркивается грамматически с помощью пассивного залога. Ср.:

La vie ça s'écrit (La Tordue. *La vie c'est dingue*).

(Жизнь написана).

Ma vie s'écrit à toute vitesse (Léa Castel. *Pressée de vivre*).

(Моя жизнь пишется на полной скорости).

В приведенных примерах прослеживается характерная для французской семиотики идея о том, что «все есть текст». Сложно судить о том, насколько авторы песен знакомы с идеями Р. Барта или Ж. Деррида, но подобная корреляция просматривается.

Фрейм «Музыка»

Музыка является универсальным языком, способным выразить самые глубокие чувства и переживания. Именно поэтому музыкальный опыт помогает передать описание различных сфер жизни и эмоций авторов. Такие физиологические характеристики человека, как умение слушать и петь, играют в жизни людей большую роль, поскольку связывают с музыкой и позволяют насладиться этим видом искусства. Ср.:

Pouvoir encore écouter

Et surtout pouvoir chanter

Que c'est beau, c'est beau la vie (Potiche. C'est beau la vie).

(Все еще умею слушать

И прежде всего уметь петь

Как это красиво, жизнь прекрасна).

Мелодия символизирует определенный ритм и гармонию звуков, что служит основанием для создания аналогии с жизнью человека. Ср.:

Ma vie est musique (Tsew The Kid. АYNA).

(Моя жизнь – музыка).

Mélodie de vie (Alizée. I'm not twenty).

(Мелодия жизни).

Сравнение жизни с повседневной песней может подчеркивать непрерывную серию событий, которые, как части композиции, создают единую гармонию, составляющую наше существование. Ср.:

La vie...

C'est la chanson du quotidien (Ginette Reno. La vie).

(Жизнь...

Это повседневная песня).

Метафоры музыки не всегда привносят в осмысление жизни мелиоративные коннотации. Звучание мелодии может оказаться фальшивым, что вызывает неприятные чувства. Такая метафора призвана привнести прагматический смысл необходимости внесения изменений в чью-то жизнь. Ср.:

Ou ta vie sonne un peu faux (Tal. Rien n'est parfait).

(Или твоя жизнь звучит немного неправильно).

Гитара — это самый популярный среди любителей музыки инструмент, который часто используется для того, чтобы создавать собственные песни. Гитара является символом творческой свободы, глубокого влияния музыки на нашу жизнь, эстетического удовольствия, испытываемого как певцом, так и слушателями. Ср.:

Une guitare pour chanter jusqu'au matin

...Oui c'est ça la vie! (Louis Doré. C'est ça la vie).

(Гитара, чтобы петь до утра

...Да, это жизнь!)

Жизнь может ассоциироваться с определенным стилем музыки, например, рэпом, энергичным, дерзким и полным эмоций жанром, популярным среди тинейджеров. Ср.:

La vie qu'j'ai : le rap, la famille, la rue (Zesau. Ma vie).

Моя жизнь: рэп, семья, улица.

Канцонетта — это лирическое музыкальное произведение, часто исполненное в стиле романса. Когда жизнь называют канцонеттой, это может означать, что жизнь полна эмоций, как радостных, так и грустных, и, подобно музыкальной композиции, в ней присутствуют ритм и гармония. Ср.:

La vie est une canzonetta

On pleure, on rit (Frédéric François. *La vie est une canzonetta*).

(Жизнь – это канцонетта

Мы плачем, мы смеемся).

Фрейм «Фильм»

Фильм может служить метафорой для концептуального осмысления жизни, поскольку, как и в жизни, в нем присутствуют элементы сюжета, развития персонажей и повороты событий, которые могут отражать различные аспекты жизненного опыта. Так, сравнивая свою жизнь с фильмом, человек может представлять свою жизнь как интересное, наполненное эмоциями произведение искусства, подобное фильму. Ср.:

La vie c'est un film (Enima. *Président*).

(Жизнь – это фильм).

Si moche soit la vie c'est du beau cinéma (Michel Delpéch. *La vie la vie*).

(Какой бы некрасивой ни была жизнь, это прекрасное кино).

Как сценарист создает сюжет для фильма, так и человек принимает активное участие в создании своей собственной жизненной истории. Функционально такие метафоры аналогичны метафорам, описывающим жизнь как написание книги, которые рассматривались выше. Ср.:

La vie c'est du cinéma

Chacun écrit son scénario (Sylvie Vartan. *La vie c'est du cinéma*).

(Жизнь — это кино

Каждый пишет свой сценарий).

В фильмах актеры играют определенную роль или персонажа. Однако автор, говоря о себе как о человеке слишком «правдивом», чтобы играть роль, указывает на свою склонность к искренности и открытости в жизни, склонность к естественному поведению, вместо наигранности и двуличности. Ср.:

La vie, c'est un film mais j'suis trop vrai pour être acteur,

J'leur laisse volontiers l' rôle (Nahir. *Joga Bonito*).

(Жизнь — это фильм, но я слишком реален, чтобы быть актером,

Я с радостью позволил им сыграть роль).

Следующий пример смещает фокус восприятия собственной жизни, позволяя взглянуть на свою жизнь со стороны. Человек рассматривает или воспринимает свою жизнь как фильм или шоу, которое проходит перед его глазами, подобно тому, как можно смотреть на что-то на экране телевизора. Ср.:

Regarde la vie en écran plasma (Zesau. *Ma vie*).

(Наблюдайте за жизнью на плазменном экране).

5. Заключение

Исходя из проанализированного материала можно сделать вывод о том, что во французском песенном дискурсе систематически появляются компо-

зии, посвященные тематике жизни. Музыкальные исполнители используют когнитивные метафоры для того, чтобы выразить свои мысли, чувства и переживания, а также для того, чтобы передать слушателям универсальные идеи о жизни, ее смысле, счастье, страданиях. Когнитивные метафоры, воплощенные в лирике песен, обогащают ее смысловой контекст, помогая эмоционально насыщенному восприятию жизни и ее реалий.

Как показало исследование, важную роль в концептуализации жизни во французском песенном дискурсе играют метафоры из сферы-источника Art, представленные фреймами «Письменное творчество», «Музыка», «Фильм». Эти данные могут быть обусловлены тем, что деятели искусства более склонны осмысливать абстрактные концепты в понятиях, которые близки им в повседневной практической жизни, т. е. в понятиях искусства. Для авторов песен это в первую очередь музыкальное и литературное творчество, но вполне ожидаемы и кинометафоры. Кино является синкретическим видом искусства, подобно синкретичности популярных песен, объединяющих текст и мелодию.

Так как выбор сферы-источника зависит от дискурсивных факторов, в частности, от рода деятельности авторов, становится понятным, почему метафоры из сферы-источника «Искусство» не попадали в фокус внимания исследователей бытового, политического, экономического и других дискурсов. В подобных дискурсах метафоры искусства просто не очень востребованы. Отсюда возникает вопрос об универсальности метафор искусства в песенном дискурсе, об их культурной обусловленности, что могут прояснить дополнительные исследования в этом направлении.

Список литературы

Баранов, А. Н. Дескрипторная теория метафоры / А. Н. Баранов. — Москва : Языки славянских культур, 2014. — 632 с. — Текст : непосредственный.

Беляевская, Е. Г. Антропоцентризм в конструировании метафорических концептов / Е. Г. Беляевская. — Текст : непосредственный // Когнитивные исследования языка. — 2016. — № 27. — С. 119–127.

Будаев, Э. В. Концептуальная метафора в политическом дискурсе: американский, европейский и российский варианты исследования / Э. В. Будаев, А. П. Чудинов. — Текст : непосредственный // Политическая лингвистика. — 2006. — № 17. — С. 35–77.

Будаев, Э. В. Сопоставительная политическая метафорология : специальность 10.02.20 «Сравнительно-историческое, типологическое и сопоставительное языкознание» : автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора филологических наук / Уральский государственный педагогический университет. — Екатеринбург, 2011. — 46 с. — Текст : непосредственный.

Кабанова, И. Н. Брексит как сфера-магнит метафорической экспансии в британском медийном дискурсе / И. Н. Кабанова. — Текст : непосредственный // Казанская наука. — 2021. — № 9. — С. 78–83.

Лаврова, Н. А. Когнитивная метафора как способ представления знания в языке и как основополагающий принцип человеческого мышления / Н. А. Лаврова. — Текст : непосредственный // Преподаватель XXI век. — 2015. — № 1. — С. 294–307.

Лакофф, Дж. Метафоры, которыми мы живем / Дж. Лакофф, М. Джонсон. — Москва : Едиториал УРСС, 2004. — 256 с. — Текст : непосредственный.

Найденова, Н. С. К вопросу об исследовании песенного дискурса : лингвокультурный аспект / Н. С. Найденова, А. А. Мурадян. — Текст : непосредственный // Вестник Российского университета дружбы народов. — 2013. — № 1. — С. 96–100.

Плотницкий, Ю. Е. Англоязычный песенный дискурс в контексте общественной жизни / Ю. Е. Плотницкий. — Текст : непосредственный // Вопросы журналистики, педагогики, языкознания. — 2023. — № 2. — С. 377–383.

Попова, Т. Г. О прагматике межкультурной коммуникации / Т. Г. Попова. — Текст : непосредственный // Ученые записки НТГСПИ. Серия: История и филология. — 2024. — № 1. — С. 8–21.

Рахманова, Д. Т. Метафорическая концептуализация любви в современных англоязычных песнях / Д. Т. Рахманова. — Текст : непосредственный // Ученые записки НТГСПИ. Серия: история и филология. — 2021. — № 2. — С. 89–107.

Чудинов, А. П. Очерки по современной политической метафорологии / А. П. Чудинов. — Екатеринбург : Издательство Уральского государственного педагогического университета, 2013. — 176 с. — Текст : непосредственный.

Чудинов, А. П. Становление и эволюция когнитивного подхода к метафоре / А. П. Чудинов, Э. В. Будаев. — Текст : непосредственный // Новый филологический вестник. — 2007. — № 1 (4). — С. 8–27.

Шевченко, О. В. Тематическое своеобразие песенных текстов как способ реализации функций жанров песенного дискурса / О. В. Шевченко. — Текст : непосредственный // Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. — 2009. — № 115. — С. 242–249.

Kövecses, Z. Metaphor in Media Language And Cognition: A Perspective From Conceptual Metaphor Theory / Z. Kövecses. — Текст : непосредственный // *Lege Artis. Language yesterday, today, tomorrow*. — 2018. — No. 1, Vol. 3. — P. 124–141.

Motschenbacher, H. Language, Normativity and Europeanisation. Discursive Evidence from the Eurovision Song Contest / H. Motschenbacher. — Basingstoke : Palgrave, 2016. — 384 p. — Текст : непосредственный.

Получена: 29.10.2024

Принята: 21.11.2024

METAPHORICAL MODEL VIE EST ART IN FRENCH SONG DISCOURSE

E. P. Parnell

Russian State Vocational Pedagogical University
Yekaterinburg, Russia
ktrnlss0@gmail.ru

Abstract: The article deals with the features of actualization of the metaphorical model VIE EST ART in the French song discourse. The research methodology is based on the postulates of the cognitive-discursive paradigm, the theory of conceptual metaphor, the theory of metaphorical modeling. To solve the tasks, the following research methods were chosen: sampling method, contextual analysis method, discourse analysis, conceptual analysis, metaphorical modeling. The material for this study was metaphoal contexts from French-language songs of the 21st century. As the study revealed, an important role in the conceptualization of life in the French song discourse is played by metaphors from the source sphere of Art, represented by the frames "Written creativity", "Music", "Film". These data may be due to the fact that artists are more inclined to comprehend abstract concepts in terms that are close to them in everyday practical life, that is, in the concepts of art. For songwriters, this is primarily musical and literary creativity, but cinematic metaphors are also to be expected. Cinema is a syncretic art form, similar to the syncretic nature of popular songs, which combine text and melody. Thus, the choice of the source domain depends on discursive factors, in particular on the type of activity of the authors of the lyrics.

Keywords: metaphor; French; song discourse; cognitive metaphor; picture of the world; pop culture

References

Baranov, A. N. (2014). *Deskriptornaya teoriya metafory* [Descriptive Theory of Metaphor]. Moscow: Languages of Slavic Cultures.

Belyaevskaya, E. G. (2016). Antropocentrizm v konstruirovanii metaforycheskikh konceptov [Anthropocentrism in the Construction of Metaphorical Concepts]. *Cognitive Studies of Language*, 27, 119-127.

Budaev, E. V., & Chudinov, A. P. (2006). Konceptual'naya metafora v politicheskom diskurse: amerikanskij, evropejskij i rossijskij varianty issledovaniya [Conceptual Metaphor in Political Discourse: American, European and Russian Research Trends]. *Political Linguistics*, 17, 35-77.

Budaev, E. V. (2011). *Sopostavitel'naya politicheskaya metaforologiya* [Comparative political metaphorology]. [Abstract of a dissertation for the degree of Doctor of Philology, Ural State Pedagogical University].

Kabanova, I. N. (2021). Breksit kak sfera-magnit metaforicheskoy ekspansii v britanskom medijnom diskurse [Brexit as a magnet for metaphorical expansion in British media discourse]. *Kazan science*, 9, 78-83.

Lavrova, N. A. (2015). Kognitivnaya metafora kak sposob predstavleniya znaniya v yazyke i kak osnovopolagayushchij princip chelovecheskogo myshleniya [Cognitive metaphor as a way of representing knowledge in language and as a fundamental principle of human thinking]. *Teacher of the XXI century*, 1, 294-307.

Lakoff, J., & Johnson, M. (2004). *Metafori, kotorymi my zhivem* [Metaphors We Live By]. Moscow: Editorial URSS.

Naidenova, N. S., & Muradyan, A. A. (2013). K voprosu ob issledovanii pesennogo diskursa : lingvokulturnyj aspekt [On the Study of Song Discourse: Linguocultural Aspect]. *Bulletin of RUDN*, 1, 96-100.

Plotnitsky, Yu. E. (2023). Angloyazychnyj pesennyj diskurs v kontekste obshchestvennoj zhizni [English-Language Song Discourse in the Context of Public Life]. *Issues of Journalism, Pedagogy, Linguistics*, 2, 377-383.

Popova, T. G. (2024). O pragmatike mezhkulturnoj kommunikacii [On the Pragmatics of Intercultural Communication]. *Scientific Notes of NTGSPi. Series: History and Philology*, 1, 8-21.

Rakhmanova, D. T. (2021). Metaforicheskaya konceptualizaciya lyubvi v sovremennyh anglo-yazychnyh pesnyah [Metaphorical Conceptualization of Love in Modern English-Language Songs]. *Scientific Notes of NTSSPI. Series: History and Philology*, 2, 89-107.

Chudinov, A. P. (2013). *Ocherki po sovremennoj politicheskoy metaforologii* [Essays on Modern Political Metaphorology]. Yekaterinburg: Ural State Pedagogical University.

Chudinov, A. P., & Budaev, E. V. (2007). Stanovlenie i evolyuciya kognitivnogo podhoda k metafore [Formation and evolution of the cognitive approach to metaphor]. *New Philological Bulletin*, 1 (4), 8-27.

Shevchenko, O. V. (2009). Tematicheskoe svoeobrazie pesennyh tekstov kak sposob realizacii funkcij zhanrov pesennogo diskursa [Thematic originality of song texts as a way of realizing the functions of song discourse genres]. *Bulletin of the Herzen State Pedagogical University of Russia*, 115, 242-249.

Kövecses, Z. (2018). Metaphor in Media Language and Cognition: A Perspective From Conceptual Metaphor Theory. *Lege Artis. Language yesterday, today, tomorrow*, 1(3), 124-141.

Motschenbacher, H. (2016). *Language, Normativity and Europeanisation. Discursive Evidence from the Eurovision Song Contest*. Basingstoke: Palgrave.

Submitted: 29.10.2024

Accepted: 21.11.2024

УДК 81.25

БЕЗЭКВИВАЛЕНТНЫЕ ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИЕ ЕДИНИЦЫ С КОЛОРАТИВНЫМ КОМПОНЕНТОМ В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

С. А. Пиджоян

Нижнетагильский государственный социально-педагогический институт (филиал) Российского государственного профессионально-педагогического университета
Нижний Тагил, Россия
hayss008am@gmail.com

Аннотация. В статье рассматриваются безэквивалентные фразеологические единицы с колоративным компонентом в английском языке. Материалом для исследования послужили фразеологизмы английского языка, которые были собраны путем целенаправленной выборки из аутентичных фразеологических словарей (Cambridge Idioms Dictionary). Частота употребления фразеологических единиц с колоративным компонентом в современном английском языке была выявлена с помощью British National Corpus (BNC), корпуса текстов из 100 млн слов, содержащего образцы письменного и разговорного британского английского языка из широкого круга источников, за период с 2010 г. по настоящее время. В работе используются следующие методы исследования: метод целенаправленной выборки, контрастивный и корпусный анализ, лингвокультурологическое описание, метод концептуального анализа. Как показал анализ, безэквивалентные фразеологические единицы с колоративным компонентом активизируют концепты, связанные с цветами черный, белый, красный, зеленый и синий. Такие фразеологизмы отражают специфические культурные и исторические контексты, подчеркивая значение цветообозначений в языке и восприятии.

Ключевые слова: фразеологизм, фразеология, безэквивалентные фразеологические единицы, контрастивный анализ, колоративы.

1. Введение

Фразеологический фонд языка представляет большой интерес для изучения с точки зрения когнитивной лингвистики, так как именно фразеологизмы являются лингвистическим наследием, в котором отражается видение мира, национальная культура и история языка. Так, недостаточное знание фразеологических единиц может существенно усложнить процесс межкультурного общения. В связи с этим в нашей работе мы будем исследовать безэквивалентные фразеологические единицы с колоративным компонентом, репрезентирующие специфические цветовые зоны, каждая из которых обладает особой символикой и образными значениями, тем самым являясь яркой иллюстрацией народного самосознания, а также выразительного потенциала языка как способа отражения эмоционального состояния.

Одну из первых классификаций фразеологизмов, основанную на мотивационном критерии, предложил В. В. Виноградов [1977]. Согласно этой

классификации, фразеологизмы делятся на четыре группы: фразеологические сращения, фразеологические единства, фразеологические выражения и фразеологические сочетания. Классификация В. В. Виноградова в различных вариантах доминировала в советском языкознании, но не была единственной. Альтернативный подход к фразеологии предложил Д. Н. Шмелев [2019], видевший атрибут фразеологизмов в связанности, которая может проявляться парадигматически или синтагматически. В постсоветский период Е. И. Аничковым [1997] была предложена новая классификация фразеологизмов, основанная на структурном критерии: 1) словосочетания из полнозначного и неполнозначного слова; 2) словосочетания из двух полнозначных слов; 3) словосочетания из трех полнозначных слов. По неструктурному основанию классификация подразумевала разделение фразеологизмов на 1) идиомы и пословицы и 2) коллокации. Еще один подход предложил И. А. Мельчук в рамках теории «Смысл — Текст». Согласно этой теории, фразеологизмы делятся по формальному критерию на внутрисловные фраземы, фраземы-словосочетания и синтаксические фраземы, а по содержательному критерию — на прагматические и семантические фраземы (идиомы, коллокации, квазиидиомы). Отдельно различаются фраземы по означаемому, по означаемому и по синтактике [Иорданская, Мельчук, 2007].

Самостоятельный интерес для нашей работы представляют лингвокультурологические и сопоставительные аспекты изучения фразеологии, отражающие самые востребованные для определения зоны интерференции результаты [Бабина, Долгова, 2021; Добровольский, 2022; Козинец, 2022; Крейдлин, 2022; Николаева, Сергеев, 2017; Телия, 1996; Шафиков, 2019]. В прикладном аспекте, в том числе в практике преподавания иностранного языка, особое внимание необходимо обращать на безэквивалентные единицы, требующие анализа на нескольких уровнях.

1. На семантическом уровне мы разграничиваем сигнификативно-денотативное значение ФЕ, субъективно-оценочную, функционально-стилистическую и эмоционально-экспрессивную коннотации фразеологизмов. Большое значение при разграничении фразеологических эквивалентов и аналогов приобретает сравнение семного состава сопоставляемых фразеологических единиц.

2. Структурно-грамматический уровень предполагает сопоставление структурных моделей ФЕ, основанных на структурных моделях свободных словосочетаний, присущих как обоим языкам, так и специфичных для каждого из сопоставляемых языков, а также возможности адекватной замены типичных для каждого из сопоставляемых языков структурно-грамматических различий.

3. Компонентный уровень предполагает выявление тождественных, близких по семантике или разнородных элементов в составе сопоставляемых фразеологизмов. Этот уровень является самым подвижным и специфичным для ФЕ обоих языков.

С учетом отмеченных уровней Е. Ф. Арсентьева [1989] выделяет следующие типы межъязыковых отношений:

- 1) фразеологические эквиваленты,
- 2) фразеологические аналоги (полные и частичные),
- 3) безэквивалентные фразеологические единицы.

Настоящее исследование посвящено рассмотрению третьего вида фразеологических единиц.

2. Материал и методика исследования

Материалом для исследования послужили фразеологизмы-колориты английского языка, которые были собраны путем целенаправленной выборки из аутентичных фразеологических словарей. Нами было отобрано 69 ФЕ из «Cambridge Idioms Dictionary». Частота употребления тех или иных фразеологических единиц с колоративным компонентом в современном английском языке была выявлена с помощью «British National Corpus» (BNC) — это корпус текстов из 100 млн слов, содержащий образцы письменного и разговорного британского английского языка из широкого круга источников. Мы выбрали источник NOW (Новости в Интернете), который отображает частоту употребления слов/выражений из интернет-газет и журналов за период с 2010 г. по настоящее время.

В работе используются следующие методы исследования: метод целенаправленной выборки, контрастивный и корпусный анализ, лингвокультурологическое описание, метод концептуального анализа.

3. Анализ безэквивалентных фразеологических единиц с колоративным компонентом

К безэквивалентным фразеологизмам относятся те единицы, которые не имеют соответствий во фразеологической системе другого языка. Следовательно, их можно перевести посредством таких способов перевода, как калькирование и экспликация (описательный перевод).

Рассмотрим семантические особенности фразеологизма “not (all) black and white”, который используется для описания ситуации или вопроса как неоднозначной и сложной. В основе ФЕ в английском языке лежит концептуальная метафора, где происходит перенос значения по сходству, т. е. черный и белый цвета символизируют крайности ситуаций как правильное/неправильное видение какого-либо вопроса.

Английский фразеологизм “red tape” со значением «чрезмерная бюрократия, излишние формальности или неэффективные процедуры, которые затрудняют выполнение необходимых задач» можно перевести на русский язык посредством экспликации как «бюрократизм, волокита». Данный фра-

зеологизм не имеет эквивалентов в русском языке, так как его возникновение уходит корнями в английскую бюрократическую традицию. ФЕ “red tape” буквально переводится как «красная лента», которую использовали для «скрепления бумаг и официальных документов бюрократической лентой. Эта процедура восходит к XVII веку, о чем свидетельствует объявление в Public Intelligencer (6 декабря 1658 г.), в котором предлагалось вознаграждение за “a little bundle of papers tied with a red tape which were lost on Friday last” [Dictionary of idioms and their origins, 2011, с.152].

Английский фразеологизм “red-hot” является безэквивалентным, его можно перевести на русский язык как «имеющий большой спрос, популярный». Происхождение данной ФЕ не представлено в словаре, однако можно предположить, что в основе механизма образования ФЕ лежит метафоризация, где происходит перенос наименования с одного денотата на другой, с ним ассоциируемый, на основе воображаемого сходства. Так, “red-hot” в буквальном смысле описывает металл, раскаленный до красного цвета, и в переносном значении может обозначать нечто, что находится в «горячем состоянии», т. е. является актуальным и привлекательным.

ФЕ “blue-collar” и “white-collar” являются примерами безэквивалентных фразеологизмов, так как имеют специфическое значение и исторический контекст, который нельзя полностью передать в русском языке. Однако в русской лингвокультуре эти термины стали достаточно распространены благодаря такому методу перевода, как калькирование. Так, под понятием «синие воротнички» имеется в виду класс работников физического труда, которые часто носили рабочие рубашки синего цвета, что помогало скрыть пятна и загрязнения, возникающие в процессе труда. В то время как понятие «белые воротнички» применимо к офисным работникам, которые занимаются умственной деятельностью. В основе механизма образования ФЕ лежит метонимический перенос, т. е. возникает образцовый символ, где «воротничок» того или иного цвета является условным символом класса работников. Менее распространенным выражением является “pink-collar” по сравнению с “blue-collar” и “white-collar”, который относится к типу профессий, которые традиционно занимают женщины. Термин “pink-collar” был предложен социологом Уильямом Дж. Баумолем в 1960-х гг., а затем широко популяризирован американской писательницей и социальной критиком Луизой Капп Хоу в 1970-х. Хоу использовала этот термин для описания профессий, которые традиционно считаются женскими (медсестры, учителя, секретари и др.). Сегодня границы между профессиями, ориентированными на мужчин и женщин, становятся все более размытыми, и гендерные барьеры постепенно стираются. Однако гендерная сегрегация все еще сохраняется в некоторых отраслях. Это может быть связано с общественными ожиданиями, культурными нормами и структурными преградами, которые способствуют непропорциональному представительству женщин в сфере «розовых воротничков».

Фразеологическая единица “the red-light district” также является безэквивалентной и переводится на русский язык посредством калькирования как «квартал красных фонарей». Под “the red-light district” понимается квартал, где дома, в которых процветала проституция, а также предоставлялись услуги интимного характера, обозначались красными фонарями. Следовательно, данную ФЕ можно отнести к лакунарной языковой единице, так как в русской лингвокультуре отсутствует такая реалия. Помимо этого, она представляет собой метонимический перенос, который выражается в замене одного понятия (район, связанный с определенными услугами) другим (красный свет как знак этих услуг) в рамках одной и той же семантической области.

ФЕ “greener pastures” имеет библейское происхождение. Так, в Псалме 22:2 говорится: «Он покоит меня на злачных пажитях и водит меня к водам тихим...», где «злачные пажити», означающие «зеленые пастбища, плодородную почву в поймах рек», символизируют покой и безопасность. Это словосочетание является метафорой и употребляется для того, чтобы выразить заботу Бога о человеке. В современном же английском языке данное устойчивое выражение используется в переносном значении и означает «поиск лучшей жизни, работы или более выгодных условий». Данный фразеологизм имеет библейское происхождение и является примером безэквивалентной ФЕ.

Следующую фразеологическую единицу “a gray area” можно перевести на русский язык как «неисследованная область, неопределенная ситуация», используя такой способ перевода, как экспликация. Данные о точном происхождении ФЕ отсутствуют, однако можно предположить, что серый цвет является переходной зоной между двумя противоположенными цветами — черным и белым. Таким образом, этот фразеологизм можно отнести к безэквивалентной лексике, который образован путем метафорического переноса, так как фраза не относится к конкретному пространственному объекту, а создает новое смысловое пространство.

Предлагаем рассмотреть следующий пример безэквивалентного фразеологизма “a red herring”, который можно перевести на русский язык с помощью экспликации как «отвлекающий маневр». Это выражение возникло в XIX в., но корнями уходит еще в средние века. Копченую сельдь, которая имеет красноватый оттенок, а также сильный, специфический запах, использовали в качестве приманки для дрессировки гончих при охоте на оленей. Позже люди, которые были против охоты, в частности на лис, использовали ее как отвлекающий маневр на лисьем следе и таким образом отвлекали гончих от запаха добычи [Dictionary of idioms and their origins, 2011, с.151]. Исходя из этого, ФЕ “a red herring” отражает национально-культурную специфику.

ФЕ “a white knight” чаще всего используется в бизнесе для обозначения человека либо компании, желающих спасти организацию от нежелательного и невыгодного предложения от другого покупателя. Однако ФЕ «белый рыцарь» этимологически связана с мифологией, где белый рыцарь олицетворяет героического воина, спасителя, сражающегося со злом. Таким образом, данная ФЕ отсутствует в русской лингвокультуре, поэтому она переводится посредством экспликации и является примером безэквивалентной ФЕ.

В качестве еще одного примера безэквивалентной ФЕ предлагаем рассмотреть “a white elephant” со значением «нежелательный предмет, обременительное имущество» в русском языке. Данный фразеологизм имеет интересную историю происхождения. Так, коварные короли Сиамы изобрели хитроумный способ избавиться от любого придворного, который им досаждал. Они дарили белого слона, редкое и священное животное, на содержание которого требовалось много затрат, что и приводило к постепенному разорению его владельца.

ФЕ “give sb/sth the green light” не имеет эквивалента в русском языке, поэтому можно перевести с помощью экспликации как «разрешить, одобрить». Этимология данной ФЕ не представлена в словаре, однако можно предположить, что она связана с использованием светофора, где зеленый цвет является разрешением движения. Так, “give sb/sth the green light” представляет собой метафорический перенос, основанный на визуальном и культурном восприятии.

Рассмотрим еще одну безэквивалентную ФЕ “be green with envy”, которую можно перевести на русский язык посредством калькирования как «позеленеть от зависти». В произведении В. Шекспира «Отелло» упоминается “a green-eyed monster”, символизирующий «ревность», что в свою очередь предшествовало появлению в английском языке ФЕ “green with envy”.

ФЕ “black and blue” не имеет эквивалента в русском языке, поэтому ее можно перевести на русский язык с помощью экспликации — «в синяках». Данный пример иллюстрирует метонимический перенос, где в процессе фразеологизации основная сема исходного словосочетания выступает в итоге как компонент семантики фразеологизма, т. е. в нем наблюдается перенесение семантики от физических проявлений травмы к самому состоянию человека, при этом цвета становятся символом этих проявлений. Так, “black and blue” отражает черно-синие пятна, которые образуются под кожей в результате поврежденных мелких кровеносных сосудов.

Следующая ФЕ “once in a blue moon” также является примером безэквивалентной лексики и переводится на русский язык как «очень редко, от случая к случаю». Как указано в словаре «Dictionary of idioms and their origins»: «Голубые луны действительно появляются, но только при крайне редких атмосферных условиях. Коллинз (1958) перечисляет недавние случаи появления голубых лун и объясняет их наличием частиц пыли (извержение

вулкана Кракатау в 1883 году или лесной пожар в Альберте в сентябре 1920 года)» [Dictionary of idioms and their origins, 2011, с. 33–34]. Данное явление послужило возникновению фразеологизма, которая теперь отражает национально-культурную специфику народа.

ФЕ “the rub of the green” передает концепцию удачных или неудачных моментов, которые могут произойти в спорте и жизни, подчеркивая неопределенность и непредсказуемость обстоятельств, которые приводят к положительным/отрицательным результатам. Данный фразеологизм появился благодаря игре в боулинг, в который играли на лужайке в конце XVI в. Основная идея заключается в том, что на движение мяча по полю могут воздействовать такие факторы, как рельеф местности, трава или любые неожиданные препятствия. Таким образом, в русском языке отсутствует соответствующий эквивалент/аналог данному фразеологизму, и его можно перевести как «везение, судьба» посредством экспликации.

ФЕ «grey matter» является примером безэквивалентной лексики, которая переводится на русский язык как «интеллект, мозг». В основе механизма фразеологизации лежит метонимический перенос, так как серое вещество в мозге отвечает за большую часть обработки информации и когнитивных функций, поэтому “grey matter” используется для обозначения умственных способностей, знаний и интеллекта.

Приведем еще один пример безэквивалентного фразеологизма, связанный с историей и культурой языка. ФЕ “a black mark”, которую можно перевести на русский язык посредством экспликации, указывает на то, что у человека или организации есть негативная репутация или «пятно» на их имени. Например, определенное поведение или действие могут являться «черной меткой» для карьеры человека. Что касается этимологии данного фразеологизма, «черная метка» первоначально была черным крестом, нанесенным напротив имени человека, который подвергся порицанию и наказанию.

Английскую ФЕ “the baby blues” можно перевести на русский язык как «материнская меланхолия» с помощью экспликации, а также как «бэбзиблюз» посредством калькирования, так как термин стал достаточно распространен. Под данным фразеологизмом подразумевается подавленное состояние, которое возникает после родов, другими словами, послеродовая депрессия. Данная ФЕ существовала еще до Второй мировой войны, но в то время так называли голубые глаза, с которыми рождалось большинство младенцев. Это было связано с отсутствием пигментации меланина у детей. Эта фраза приобрела то значение, которое она имеет сегодня, после того как Николсон Дж. Истман ввел этот термин в 1940 г. в книге «Ожидаемое материнство».

ФЕ “roll out the red carpet”, которую можно перевести на русский язык посредством экспликации как «встречать важного гостя», также является

безэквивалентной. Происхождение данного фразеологизма имеет исторические корни, которые восходят к древним культурам, особенно к древним грекам и римлянам, которые использовали ковры красного цвета для обозначения важности. Одно из самых ранних упоминаний о красном ковре встречается в пьесе Эсхила «Агамемнон», написанной в 458 г. до н. э. В этой пьесе Клитемнестра расстилает малиновый ковер для своего мужа Агамемнона, возвращающегося домой с Троянской войны, что символизирует честь и приветственный жест.

Фразеологизм “be in the red” отражает национально-культурную специфику и используется для описания финансового состояния компании или отдельного человека. Происхождение данной ФЕ связано с историческим использованием красного цвета в бухгалтерских записях для обозначения негативных финансовых показателей. Таким образом, безэквивалентный фразеологизм “be in the red” можно перевести на русский язык посредством экспликации «быть в долгу».

Несмотря на то что в русской лингвокультуре укоренилось такое выражение, как «желтая пресса», мы относим английский фразеологизм “yellow journalism” к безэквивалентным ФЕ, так как он возник в США в 1890-х гг. для описания тактики, используемой в яростной конкуренции между двумя нью-йоркскими газетами: The World и The Journal. Так, под данной ФЕ подразумевается использование ярких материалов и сенсационных новостей в газетных публикациях для привлечения читателей и увеличения тиражей, а не точности фактов. Сама ФЕ является отсылкой к «желтому парню», популярному персонажу комиксов 1890-х гг., образ которого появлялся в обеих газетах. Персонаж был известен тем, что носил желтую ночную рубашку, а его известность в газетах привела к тому, что желтый цвет ассоциировался с тактикой создания сенсаций, используемой этими изданиями. Таким образом, желтая журналистика отражает стиль репортажа, в котором сенсационность и эмоции преобладают над правдой, а сам термин происходит от комикса, который символизировал этот подход в конкурентной среде СМИ конца XIX в.

ФЕ “be tickled pink” можно перевести как «быть довольным, в восторге» посредством экспликации, так как в русской лингвокультуре отсутствует схожий эквивалент или аналог. Считается, что это выражение возникло в начале 1900-х гг., когда слово «щекотливый» означало веселый или смеющийся. Розовый цвет же в данном контексте символизирует румянец на щеках, который появляется от радости и волнения.

Английский фразеологизм “lily-white” также относится к безэквивалентным, его можно перевести на русский язык как «невинный, безупречный». Этимология данной ФЕ не представлена в словаре, однако можно предположить, что происхождение связано с белым цветом лилии, который часто ассоциируется с чистотой и невинностью.

Следующий пример безэквивалентной ФЕ “white trash” исходит из американского английского, так как имеет исторические и социальные корни, которые берут свое начало в США. Данный фразеологизм используется для обозначения бедных, необразованных белых людей, часто из южных штатов, которые не входили в элиты общества. Это выражение отражает предвзятость и классовое неравенство, существующее в американском обществе. “Trash” в данном контексте используется для обозначения «мусора» или «отбросов» в обществе, а “white” указывает на расовую принадлежность.

ФЕ “a pink slip” относится к безэквивалентной лексике и переводится на русский язык как «уведомление об увольнении, быть уволенным». Данный фразеологизм возник в начале XX в. в результате того, что компании использовали розовые листочки бумаги для информирования своих сотрудников об увольнении.

Следующий фразеологизм, “yellow-bellied” можно перевести на русский язык как «трусливый» посредством экспликации, так как он отсутствует в русском языке. Точное происхождение данной ФЕ неясно, но можно предположить, что желтый цвет ассоциируется с трусостью или со страхом или осторожностью.

Английский фразеологизм “a blue-eyed boy” также не имеет эквивалента или же аналога в русском языке, поэтому его можно перевести посредством экспликации как «любимчик». «В данном случае речь идет о светлых волосах и голубых глазах, которые издавна ассоциируются с целомудрием и невинностью. ...Несмотря на все положительные ассоциации, “голубоглазый мальчик” часто используется в осуждающем смысле, подразумевая фаворитизм и кумовство. Значительно реже встречается выражение “a blue-eyed girl” [Dictionary of idioms and their origins, 2011, с. 37].

Рассмотрим следующий фразеологизм “have green fingers”, под которым подразумевается «быть умелым садоводом». В Оксфордском словаре английского языка упоминается, что это выражение впервые было использовано Мэри Стюарт Бойд в романе «Мисс понарошку», вышедшем в 1906 г.: ‘What old wives call ‘green fingers’: those magic digits that appear to ensure the growth of everything they plant’. В основе фразеологизации лежит метафорический перенос, где зеленый цвет ассоциируется с растениями и природой, а «зеленые пальцы» символизируют человека, который умеет ухаживать за растениями.

Тем не менее «зеленый цвет» не всегда несет положительную коннотацию. Так, например, ФЕ “be green about/around the gills” означает, что человек плохо себя чувствует, выглядит бледным и больным. Данное выражение возникло среди моряков, которые часто страдали от морской болезни во время бурных морских путешествий. Появление ФЕ датируется началом XIX в., примерно началом 1800-х гг., и описывает бледный, зеленоватый

цвет лица, который может быть у людей, когда они чувствуют тошноту или плохое самочувствие.

Английский фразеологизм “scream blue murder” является безэквивалентным и переводится на русский как «закатывать истерику» или «вопить от ярости». Он используется для описания ситуации, когда кто-то очень громко и яростно выражает свои чувства, обычно в контексте гнева или страха. Согласно «Dictionary of idioms and their origins» слово “blue” используется в качестве усилителя. В некоторых диалектах английского языка “blue” может означать что-то экстремальное или преувеличенное [Dictionary of idioms and their origins, 2011, с. 117]. Точное происхождение остается неясным.

Рассмотрим следующий фразеологизм, который также отсутствует в русской лингвокультуре, — “brown-bagging”. Данная ФЕ означает «брать с собой еду», что является частой практикой в американской и британской культуре. Само происхождение ФЕ берет свое начало от практики перевозки продуктов питания или напитков в простом коричневом бумажном пакете, который стоит недорого и широко доступен. Так, данный фразеологизм является безэквивалентным и образован на основе метонимического переноса.

Фразеологизм “the pink pound” относится к разговорной лексике и переводится на русский язык как «капиталы гомосексуалистов». Данная ФЕ возникла относительно недавно, впервые появилось в газете Guardian в 1984 г. и часто используется для описания покупательной способности ЛГБТ-сообщества. Она происходит от другого выражения “the black pound”, под которой подразумевается ежемесячная кампания, которая поощряет покупателей к сотрудничеству с предприятиями, принадлежащими темнокожим. В западных странах розовый цвет уже давно ассоциируется с культурой ЛГБТ, особенно с мужчинами-геями. Исторически розовый цвет использовался как символ движения за права геев. Например, розовый треугольник первоначально был символом, использовавшимся нацистами для идентификации гомосексуалистов в концентрационных лагерях, но позже он получил широкое распространение в мире как знак гей-сообщества.

Под английским фразеологизмом “a red eye” подразумевается «ночной рейс». Данная ФЕ не имеет аналога в русском языке. Однако она не является трудной для усвоения, так как в основе фразеологизации лежит метонимический перенос. Так, когда пассажиры совершают перелет в ночное время, у них могут появляться красные глаза из-за усталости или недостатка сна. Аналогичный пример метонимического переноса является безэквивалентная английская ФЕ “be as white as snow”, где «снег» передает белый цвет. Данный фразеологизм можно перевести на русский язык как «белоснежный» посредством экспликации.

Следующий английский фразеологизм “like blue blazes”, который не имеет эквивалента в русском языке, можно перевести как «сильно, чрезвычайно, ужасно, стремительно, изо всех сил, изо всей мочи». Данная ФЕ является одновершинным глагольным интенсификатором, в составе которой есть like. Пламя — это отсылка к аду. Синий цвет в данном случае является просто усилителем [Dictionary of idioms and their origins, 2011, с. 117] и благодаря аллитерации он создает больше красочности.

В английском языке представлено не так много фразеологизмов с коричневым цветом. Одним из них является “brown-nose”, который также мы относим к безэквивалентной ФЕ. Под данным выражением понимается «подлизываться». Фразеологизм возник в армии в конце 1930-х гг., где означал «выслуживаться». Происхождение этой ФЕ связано с представлением о физическом контакте с задней частью тела. Таким образом, “brown nose” описывает людей, которые проявляют чрезмерную лесть и подхалимство ради выгоды.

ФЕ “be in a blue funk” переводится на русский язык как «быть в подавленном состоянии» посредством экспликации, так как в русском языке отсутствует схожий эквивалент. В английской лингвокультуре синий цвет (blue) достаточно часто употребляется в фразеологизмах и ассоциируется с грустью и меланхоличным настроением. В контексте этого фразеологизма “funk” может указывать на некое психическое или эмоциональное состояние, когда человек чувствует себя плохо. Также необходимо отметить, что “blue” является интенсификатором.

Следующий фразеологизм, который был представлен в «Cambridge Idioms Dictionary» с цветообозначением «белый» является “white-bread”. Данную ФЕ можно отнести к безэквивалентной лексике, так как в русской лингвокультуре не существуют ФЕ со схожим значением. Это выражение может относиться к людям, которые принадлежат к определенным социальным или культурным группам, часто ассоциируемым с определенными консервативными взглядами или традиционным образом жизни, в отличие от более современных и прогрессивных идей.

ФЕ в английском языке “pretend/say that black is white” используется для описания ситуации, когда кто-то намеренно искажает факты с целью манипуляции или обмана. Это выражение подчеркивает абсурдность ситуации, когда очевидные вещи игнорируются или фальсифицируются. Так, данный фразеологизм относится к безэквивалентной лексике. Несмотря на то что в словаре не представлена информация о происхождении ФЕ, мы можем предположить, что оно строится на основе метафорического переноса. В данном случае, даже если черное и белое представляют собой противоположные понятия, утверждение, что «черное — это белое», подразумевает, что существует заметное различие между правдой и ложью. Таким образом, метафорический смысл этого фразеологизма заключается в том, что кто-то

сознательно искажает реальность или факты, заставляя людей принимать неверную точку зрения или веру.

Английский фразеологизм “the men in grey suits” (буквально «мужчины в серых костюмах») обычно употребляется для обозначения представителей власти, бюрократов или деловых людей, которые способны оказывать влияние или принимать важные решения, но остаются в тени, не привлекая к себе внимания. Такой образ вместе с оттенком некой анонимности и отстраненности подчеркивает их влияние на происходящие события без активного участия в публичной жизни. Данный фразеологизм возник в середине XX в., когда корпоративная культура стала более формализованной, а деловой костюм превратился в символ авторитета и власти. В русской лингвокультуре отсутствуют аналоги для передачи значения английской ФЕ, поэтому мы его относим к безэквивалентной лексике. Также стоит отметить, что в основе механизма фразеологизации лежит метонимический перенос.

5. Заключение.

Как показал анализ, безэквивалентные фразеологические единицы с колоративным компонентом актуализируют концепты, связанные с цветами черный, белый, красный, зеленый и синий. Превалирование указанных хроматических цветов можно объяснить особенностями функционирования колбочковых клеток в сетчатке, которые реагируют на основные цвета: красный, синий и зеленый. Более того, эти цвета присутствуют в самой природе: красный цвет вызывает ассоциации с кровью и огнем, синий — с водой и небом, а зеленый — с природой. Преобладание же ахроматических цветов (черного и белого) свидетельствует о восприятии мира через категории «добр» и «зла».

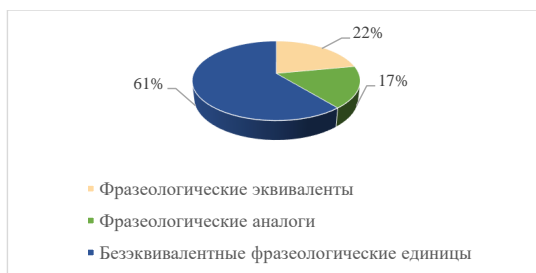


Рис. 1 — Распределение фразеологических единиц по типам

Нами было отобрано и проанализировано 42 безэквивалентные фразеологические единицы. Данные свидетельствуют о том, что безэквивалентные фразеологические единицы (61%) превалируют над фразеологическими эквивалентами (22%) и аналогами (17%) (Рисунок 1). На основании этого мы

можем сделать вывод о том, что безэквивалентные фразеологические единицы служат своеобразным маркером культурного наследия, которое демонстрирует национально-культурную специфику народа и мировосприятие.

Как показано на рисунке 2 в качестве основных способов перевода безэквивалентных фразеологических единиц использовались экспликация (74%) и калькирование (26%) (Рисунок 2). Калькирование позволяет передать образность и колорит фразеологических единиц в языке-реципиенте. Тем не менее такой способ перевода может усложнить понимание, так как в языке имеются лакуны и реалии, отсутствующие в картине мира носителя языка. Так, в нашем исследовании чаще всего мы использовали экспликацию в качестве основного способа перевода безэквивалентных фразеологических единиц, так как таким образом можно устранить «пробелы» в понимании фразеологических единиц, которые отсутствуют в ментальном лексиконе носителя другой культуры.

Изучение фразеологических единиц с колоративным компонентом позволяет не только углубиться в национально-культурную специфику изучаемого языка, но и выявить глубокие паттерны мышления, присущие восприятию человека. Анализ безэквивалентных фразеологизмов с колоративным компонентом демонстрирует, как цвета могут быть использованы для выражения сложных концептов и эмоций, передавая специфические культурные и исторические контексты.

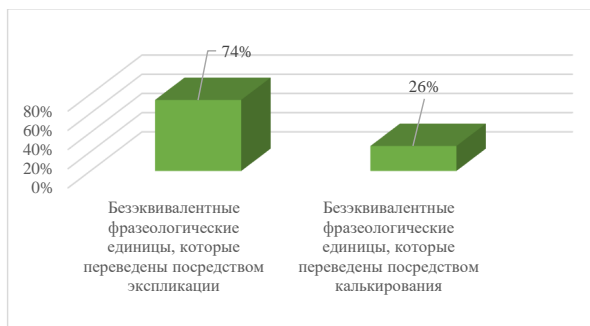


Рис. 2 — Способы перевода безэквивалентных фразеологических единиц

Безэквивалентные фразеологические единицы с колоративным компонентом занимают значимое место в современной английской фразеологии, что требует особого внимания как со стороны исследователей теоретических вопросов фразеологии, так и со стороны всех, кто связан с фразеологией в практической деятельности, в особенности преподавателей иностранного языка.

Список литературы

Аничков, Е. И. Труды по языкознанию / А. Е. Аничков. — Санкт-Петербург : Наука, 1997. — 509 с. — Текст : непосредственный.

Арсентьева, Е. Ф. Сопоставительный анализ фразеологических единиц / Е. Ф. Арсентьева. — Казань : Изд-во Казанского университета, 1989. — 128 с. — Текст : непосредственный.

Бабина, Л. В. Когнитивные модели сравнения при формировании семантики английских фразеологизмов с компонентом-зоонимом / Л. В. Бабина, Е. В. Долгова. — Текст : непосредственный // Вопросы когнитивной лингвистики. — 2021. — № 1. — С. 39–46.

Виноградов, В. В. Об основных типах фразеологических единиц в русском языке / В. В. Виноградов. — Текст : непосредственный // В. В. Виноградов. Лексикология и лексикография: избранные труды. — Москва : Наука, 1977. — С. 140–161.

Добровольский, Д. О. Корпусный подход к исследованию фразеологии: новые результаты по данным параллельных корпусов / Д. О. Добровольский. — Текст : непосредственный // Вестник Санкт-Петербургского университета. Язык и литература. — 2020. — Т. 17, № 3. — С. 398–411.

Иорданская, Л. Н. Смысл и сочетаемость в словаре / Л. Н. Иорданская, И. А. Мельчук. — Москва : Языки славянских культур, 2007. — 665 с. — Текст : непосредственный.

Козинец, С. Б. Зоонимы в образном пространстве языка: метафора, сравнение, фразеологизм / С. Б. Козинец. — Текст : непосредственный // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Филология. Журналистика. — 2022. — Т. 22, № 3. — С. 254–260.

Крейдлин, Г. Е. Семиотическая концептуализация тела и сравнительная фразеология / Г. Е. Крейдлин. — Текст : непосредственный // Вестник РГГУ. Серия: Литературоведение. Языкознание. Культурология. — 2022. — № 4–3. — С. 338–347.

Николаева, Н. В. Характеристика человека зоонимами в поговорках, фразеологизмах и сравнениях разносистемных языков / Н. В. Николаева, В. И. Сергеев. — Текст : непосредственный // Вестник Чувашского университета. — 2017. — № 2. — С. 284–288.

Телия, В. Н. Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты / В. Н. Телия. — Москва : Языки русской культуры, 1996. — 288 с. — Текст : непосредственный.

Шафиков, С. Г. Сравнение языков, языковые универсалии и сравнительный анализ фразеологизмов в свете теории семантического поля / С. Г. Шафиков. — Текст : непосредственный // Вестник Башкирского университета. — 2019. — Т. 24, № 1. — С. 238–246.

Шмелев, Д. Н. Современный русский язык. Лексика / Д. Н. Шмелев. — Москва : URSS, 2019. — 336 с.

BNC – British National Corpus. — Текст : электронный. — URL: <https://www.english-corpora.org/bnc/> (дата обращения: 10.09.2024).

Lewis, J. Dictionary of idioms and their origins / J. Lewis. — New York, NY : HarperCollins, 2011. — 215 p. — Текст : непосредственный.

White, J. Cambridge International Dictionary of Idioms / J. White. — Cambridge : Cambridge University Press, 1998. — 587 p. — Текст : непосредственный.

Получена: 15.10.2024

Принята: 13.11.2024

NON-EQUIVALENT PHRASEOLOGICAL UNITS WITH A COLOR COMPONENT IN ENGLISH

S. A. Pndzhoyan

Nizhny Tagil State Social Pedagogical Institute (branch)
of the Russian State Vocational Pedagogical University
Nizhny Tagil, Russia
hayss008am@gmail.com

Abstract. The article deals with non-equivalent phraseological units with a colorative component in the English language. The material for the study was English phraseological units, which were collected by means of a targeted selection from authentic phraseological dictionaries (Cambridge Idioms Dictionary). The frequency of use of phraseological units with a colorative component in modern English was identified using the British National Corpus (BNC), a corpus of texts of 100 million words containing samples of written and spoken British English from a wide range of sources, for the period from 2010 to the present. The following research methods are used in the work: the method of targeted sampling, contrastive and corpus analysis, linguacultural description, and the method of conceptual analysis. As the analysis revealed, non-equivalent phraseological units with a color component cover concepts associated with the colors black, white, red, green and blue. Such phraseological units reflect cultural and historical contexts, emphasizing the importance of color in the language and perception. Moreover, the use of such translation methods as loan translation (*calque*) and descriptive translation was justified.

Key words: phraseological unit, phraseology, non-equivalent phraseological units, contrastive analysis, coloratives.

References

Anichkov, E. I. (1997). *Trudy po yazykoznaniiyu* [Works on Linguistics]. Saint-Petersburg: Nauka.

Arsentyeva, E. F. (1989). *Sopostavitel'nyj analiz frazeologicheskikh edinic* [Comparative Analysis of Phraseological Units]. Kazan: Kazan University Publishing House.

Babina, L. V., & Dolgova, E. V. (2021). Kognitivnye modeli sravneniya pri formirovanii semantiki anglijskikh frazeologizmov s komponentom-zoonimom [Cognitive Models of Comparison in the Formation of Semantics of English Phraseologisms with a Zoonym Component]. *Issues of Cognitive Linguistics*, 1, 39-46.

Vinogradov, V. V. (1977). Ob osnovnyh tipah frazeologicheskikh edinic v russkom yazyke [On the Main Types of Phraseological Units in the Russian Language], *Lexicology and lexicography: selected works* (pp. 140–161). Moscow: Nauka.

Dobrovolsky, D. O. (2020). Korpusnyj podhod k issledovaniyu frazeologii: novye rezul'taty po dannym paralel'nyh korpusov [Corpus-based approach to the study of phraseology: new results based on parallel corpora]. *Bulletin of St. Petersburg University. Language and Literature*, 17(3), 398–411.

Iordanskaya, L. N., & Melchuk, I. A. (2007). *Smysl i sochetaemost' v slovare* [Meaning and combinability in the dictionary]. Moscow: Yazyki slavyanskikh kul'tur.

Kozinets, S. B. (2022). Zoonimy v obraznom prostranstve yazyka: metafora, sravnenie, frazeologizm [Zoonyms in the figurative space of language: metaphor, comparison, phraseological unit]. *Bulletin of the Saratov University. New series. Series: Philology. Journalism*, 22(3), 254–260.

Kreidlin, G. E. (2022). Semioticheskaya konceptualizaciya tela i sravnitel'naya frazeologiya [Semiotic conceptualization of the body and comparative phraseology]. *Bulletin of the Russian State University for the Humanities. Series: Literary criticism. Linguistics. Cultural studies*, 4-3, 338–347.

Nikolaeva, N. V., & Sergeev, V. I. (2017). Harakteristika cheloveka zoonimami v paremiyah, frazeolo-gizmah i sravneniyah raznosistemnyh yazykov [Characteristics of a person by zoonyms in paremias, phraseological units and comparisons of different system languages]. *Bulletin of the Chuvash University*, 2, 284–288.

Telia, V. N. (1996). *Russkaya frazeologiya. Semanticheskij, pragmaticheskij i lingvokul'turologicheskij aspekty* [Russian phraseology. Semantic, pragmatic and linguistic-cultural aspects]. Moscow: Yazyki russkoj kul'tury.

Shafikov, S. G. (2019). Sravnenie yazykov, yazykovye universalii i sravnitel'nyj analiz frazeologizmov v svete teorii semanticheskogo polya [Comparison of languages, language universals and comparative analysis of phraseological units in the light of semantic field theory]. *Bulletin of the Bashkir University*, 24(1), 238–246.

Shmelev, D. N. (2019). *Sovremennyj russkij yazyk* [Modern Russian language. Lexis]. Moscow: URSS.

BNC — British National Corpus. Retrieved from <https://www.english-corpora.org/bnc/>

Lewis, J. (2011). *Dictionary of idioms and their origins*. New York: Harper-Collins.

White, J. (1998). Cambridge International Dictionary of Idioms. Cambridge: Cambridge University Press.

Submitted: 15.10.2024

Accepted: 13.11.2024

УДК 811.112.2'42

ОЦЕНКИ СТАТУСА И ПРОФЕССИОНАЛИЗМА ПОЛИЦИИ В СМИ ГЕРМАНИИ

В. С. Фурлета

Нижнетагильский государственный социально-педагогический институт (филиал) Российского государственного профессионально-педагогического университета
Нижний Тагил, Россия
vsfurleta@mail.ru

Э. В. Будаев

Уральский государственный педагогический университет
Екатеринбург, Россия
aedw@rambler.ru

Аннотация. В статье рассматриваются оценочные суждения, направленные на формирование образа полиции в СМИ ФРГ. Методология данного исследования основывается на положениях политической лингвистики и работах по проблемам оценки в языке и речи. Методы исследования: метод выборки, описательный метод, метод классификации, аксиологический анализ, дискурсивный анализ. Материалом исследования послужили контексты, содержащие оценочные суждения в текстах СМИ ФРГ. Исходный корпус текстов составил 180 единиц за период 1 января 2020 г. — 30 апреля 2022 г.

Как показал анализ, в основу аксиологического портрета полиции легли высказывания, наиболее часто встречающиеся в средствах массовой информации Германии – выражения оценки статуса и оценки профессионализма. Данная специфика дискурса СМИ говорит о том, что наиболее важными характеристиками для выражения отношения к полиции общество Германии считает уважение, влияние, качества выполнения работы, компетентность. Высокая востребованность подобных оценок связана увеличением числа массовых волнений, отражающих конфликт между обществом и государством, выливающийся в нарастание недовольства качеством работы полиции и снижение ее авторитета. В медиадискурсе формируется преимущественно негативный образ полиции. При этом наблюдается амбивалентность в вопросе о том, какой должна быть полиция, чтобы изменить свой общественный имидж. Государственные чиновники полагают, что полиция должна проявлять сдержанность и осуждают излишнюю агрессию, в том время как граждане жалуются на излишнюю пассивность по отношению к реальным нарушителям порядка.

Ключевые слова: оценка, аксиологический портрет, СМИ Германии, политический дискурс, образ полиции.

1. Введение

В конце XX — нач. XXI в. аксиология привлекала все большее внимание лингвистов, что привело к возникновению нового направления в языкознании — аксиологический лингвистики [Аксиологическая лингвистика, 2003; Аксиологическая лингвистика, 2005; Карасик, 2012; Лингвистика и

аксиология, 2011]. Несмотря на многообразие лингвоаксиологических исследований, общепринятое понимание термина «оценка» в лингвистике отсутствует. В. Квашина определяет оценку как «социально устоявшееся и закреплённое в семантике языковых единиц положительное или отрицательное, эксплицитное или имплицитное отношение субъекта к объектам действительности» [Квашина, 2013, с. 83].

В рамках аксиологической лингвистики аксиологический портрет привлекает широкое внимание современных исследователей. За последние годы были рассмотрены аксиологические портреты В. В. Путина в СМИ ФРГ [Грошева, Будаев, 2017], США [Ращупкин, 2022а; 2022б] и Великобритании [Грошева, 2021]; О. Шольца [Виниченко, Петрова, 2023] в СМИ ФРГ; политических лидеров в дискурсе кампании по выборам президента в США и России [Стрельников, 2015].

Научная новизна настоящей работы заключается в том, что в ней впервые исследуются новостные статьи СМИ ФРГ, которые содержат в себе оценочные суждения оценки статуса и профессионализма полиции в СМИ Германии.

2. Материал и методика исследования

Материалом исследования послужили контексты, содержащие оценочные суждения в текстах СМИ ФРГ. Исходный корпус текстов составил 180 единиц. Материал исследования охватывает хронологические рамки 1 января 2020 — 30 апреля 2022 г.

Методология данного исследования основывается на положениях политической лингвистики (А. Н. Баранов, Э. В. Будаев, Г. Лассуэлл, Н. Б. Руженцева, А. П. Чудинов) и работах по проблемам оценки в языке и речи (Н. Д. Арутюнова, Е. М. Вольф, В. И. Карасик, А. М. Стрельников, В. Н. Телия).

Методы исследования: метод выборки, описательный метод, метод классификации, аксиологический анализ, дискурсивный анализ.

3. Лингвистическая теория оценки

Термин аксиология, означающий «теорию ценностей», появился в начале XX в. в трудах П. Лапи, Э. фон Хартмана, У. М. Урбана. В это же время аксиология стала составной частью философии, чему способствовало распространение значения ценности не как стоимости в экономическом контексте, а как значимости в контексте философского дискурса. Философы подчеркивали, что «сфера ценностей» — это та область, которую никакая наука не может рассматривать, и таким образом, аксиология находится исключительно в сфере ответственности философии. Сторонники такого подхода утверждали, что в интересах науки не допускать рассмотрения ценностей в научном дискурсе, ссылаясь на жесткое кантовское разграничение бытия (Sein) и должного (Sollen).

В самом общем смысле ценность — это то, что оценивается положительно. Данное понятие обычно указывает на положительную характеристику, за которую что-либо ценится, а также на объект, который обладает этой характеристикой. Такой подход укрепился в среде сторонников объективности ценностей (Ф. Brentano, Н. Гартман, В. Виндельбанд, Г. Риккерт), что позволило М. Шелеру разработать формальную теорию ценностей, отличную от формальной теории ценностных установок. Таким образом, аксиология представляла собой своего рода строгую дисциплину, способную отвечать требованиям точности и формальной строгости, выдвигаемым науками, но оставалась при этом в сфере философии. Э. Гуссерль указывал, что можно расширить идею формальной логики, включив в нее формальную аксиологию и формальную теорию практики. Соответственно, возникает формальная логика конкретных ценностей и формальная логика практических благ [Husserl, 2013]. Этот подход допускал различие между аксиологией и этикой, которого не было у Канта. На этом пути было естественно утверждать, что аксиология есть логика и, как таковая, отлична от этики, которая есть теория действия.

Вместе с тем сформировалась и альтернативная точка зрения, согласно которой определенная ценность, приписываемая чему-либо, выражает желательность этой вещи для определенного субъекта, то есть ценность имеет природу отношения между объектом и желающим субъектом. С точки зрения семантики оценка подразумевает «ценностный аспект значения языковых выражений, который может интерпретироваться как «А (субъект оценки) считает, что В (объект оценки) хороший/плохой» [Вольф, 2008]. Исходя из данного определения, которое соответствует определению в логическом представлении, Е. Вольф определяет формулу оценочной модальности «ArB» (где А — субъект, В — объект, r — оценочный предикат). Именно оценочный предикат r обладает рядом признаков, которые отражают специфику отношения субъекта к объекту, среди которых присутствует ранее упомянутая оценочность, а также эмоциональность / рациональность и эффективность. Субъект оценки — лицо или группа лиц, с точки зрения которых дается оценка (эксплицитный или имплицитный), а объект оценки — это то, к кому или чему относится оценка. Оценочная модальность определяется высказывание в целом, а не отдельными элементами формулы. В структуру оценочной модальности могут также входить шкала оценки и стереотипы, на которые ориентирована оценка в социальных представлениях говорящих. При определении категории модальности необходимо учитывать все компоненты: объект действительности и его свойства, субъект речи, который осуществляет акт предикации и предоставляет объекту определенные атрибуты, и объективную реальность. Говорящий производит оценку характера связи между объектом действительности и свойством предмета, а также отношение такой связи к действительности. Следова-

тельно, модальность является речевым отражением оценки говорящим связью между объектом и его свойством, передает меру желательности этих связей [Приходько, 2010].

В условиях оценочной модальности выделяется также абсолютная и сравнительная оценка. Как правило, при абсолютной оценке используются термины «хорошо/плохо» и речь идет об оценочном объекте без прямого сравнения, в то время как при сравнительной применимы «лучше/хуже» с условием участия как минимум двух объектов (или двух свойств одного и того же объекта). В целом «абсолютная оценка содержит имплицитное сравнение, основанное на общности социальных стереотипов, в то время как сравнительная оценка основана на сопоставлении объектов друг с другом» [Вольф, 2008, с. 15]. С точки зрения семантики сравнение является неотделимой чертой оценки, поэтому оно первично, однако в разговорной речи именно абсолютная оценка воспринимается как первичная, так как является более простым способом выражения отношения. Как результат, в лингвистике большее внимание уделяется именно сравнительной оценке в силу ее сложности по форме.

По мнению Е. М. Вольф, предметы, которые привержены сравнению и оцениванию:

- 1) объекты, имеющие постоянные функции («нож»);
- 2) объекты, названные по их функциям («актриса»);
- 3) объекты и события, которые могут быть оценены с эстетической или этической точки зрения («платье», «друг»).

В составе оценочного предиката, на первый взгляд, всегда присутствует признак «хорошо»/«плохо», однако не у всех слов возможно детерминировать этот признак. Оценку бывает сложно обозначить как у отдельных слов, так и у словосочетаний вне контекста. При анализе предмета в рамке «хорошо — плохо» всегда следует учитывать субъективную составляющую оценки. В подобных случаях оценка определяется контекстом, т.е. необходимо рассматривать высказывание в целом в «соответствующей ситуации в ценностной картине мира» [Вольф, 2008, с. 19]. Неоспоримой особенностью в языке является асимметрия оценок «хорошо» и «плохо», что проявляется в том, что оценка «хорошо» может в определенном контексте означать как соответствие выделенной норме, так и ее превышение. Но оценка «плохо» всегда говорит об отклонении от определенной нормы.

Под оценкой обычно подразумевается интеллектуально-психический акт, выявляющий положительную или отрицательную характеристику предмета, которая обусловлена признанием или непризнанием ценности.

Категория оценки стала объектом лингвистических исследований сравнительно недавно — в XX в. Оценка рассматривается лингвистами с точки зрения функционирования в структуре высказывания и текста, влияния экстралингвистических факторов на выбор типа оценки и языковых средств

ее выражения в зависимости от личности коммуникантов и ситуации общения (аксиогенной ситуации), соотношения категорий эмоциональности и оценочности, эмотивности и экспрессивности и их статуса в значении слова и др. [Выгузова, 2010; Зелянская, 2014; Карасик, 2014; 2019; Комиссарова, Якупова, 2018; Руженцева, 2022; Федорова, 2015].

Несмотря на обширный круг исследований в данной области, в лингвистике отсутствует общепринятое понимание термина оценки. Так, по мнению С. Г. Воркачева, «оценка не имеет анализируемых специфических средств выражения» [Воркачев, 2002, с. 79]. Е. М. Вольф, наоборот, считает, что определенные слова («хорошее», «желаемое», «приятное») составляют особую положительную лексико-семантическую группу. Однако слова «плохое», «вредное», «злое» могут быть объединены в лексико-семантическую группу с негативной окраской. Итак, категория оценки является одним из основных способов, которые отражают ценности субъекта в значениях языка.

Помимо общей теории лингвистической оценки особое внимание лингвистов привлекает роль оценки в политическом дискурсе [Алексеева, 2012; Башкатова, 2010; Вепрева, Уонг, 2020; Врублевская, 2019; Зарубина, 2018]. Политлингвистические исследования показывают, что нередко оценка определяется дискурсивными факторами и интенциями противоборствующих сил. К примеру, анализ дискурса в период протестов BLM в США показал, что аксиологический потенциал метафоры в политическом нарративе зависит от дискурсивных факторов [Будаев, Пологова, 2021]. В политическом нарративе «BLM MOVEMENT» проявлялась прагматическая амбивалентность метафор, т. е. востребованность одних и тех же метафор для актуализации диаметрально противоположных оценок политических агентов в разных дискурсивных условиях. С одной стороны, метафоры из определенной сферы-источника были направлены на критику политики Д. Трампа и действий полиции. С другой стороны, те же метафорические образы использовались для мелиоративной оценки протестующих. Использование одних и тех же метафорических образов было направлено либо на дискредитацию противников протестов, либо на осуждение недостаточной поддержки движения политиками и рядовыми гражданами. Таким образом, «прагматический потенциал метафоры в политическом нарративе зависит не только от когнитивных структур определенной понятийной области, но и от дискурсивных условий их реализации и востребованности прагматической функции когнитивных метафор для достижения определенных целей в политической борьбе» [Будаев, Пологова, 2021, с. 55].

Несмотря на разнообразие подходов к определению и роли оценки, исследователи сходятся в одном: оценка носит двойственный, или антонимический характер, так как основу оценочных процессов составляет противопоставление качеств положительности и отрицательности, что является базисным элементом познания человеком окружающей действительности.

4. Классификация оценок

В данной работе под аксиологическим портретом подразумевается совокупность словоупотреблений, актуализированных для оценивания объекта за определенный период времени.

Н. Д. Арутюнова [1999] на основе работ финского ученого Г. Х. фон Вригта [1986] предложила классификацию оценок, формирующих аксиологический портрет:

1. *Сенсорно-вкусовые или гедонистические оценки* (приятный — неприятный, вкусный — невкусный, привлекательный — непривлекательный);

2. *Психологические оценки*, в которых сделан шаг в сторону рационализации, осмысления мотивов оценки;

а) интеллектуальные оценки (интересный — неинтересный);

б) эмоциональные оценки (радостный — печальный, веселый — грустный).

3. *Эстетические оценки*, которые вытекают из синтеза сенсорных и психологических оценок (красивый — некрасивый, прекрасный — безобразный, уродливый);

4. *Этические оценки* (моральный — аморальный, нравственный — безнравственный, добрый — злой, добродетельный — порочный);

5. *Утилитарные оценки* (полезный — вредный, благоприятный — неблагоприятный);

6. *Нормативные оценки* (правильный — неправильный, корректный — некорректный, нормальный — аномальный, ненормальный, стандартный — нестандартный; бракованный — доброкачественный, здоровый — больной);

7. *Телеологические оценки* (эффективный — неэффективный, целесообразный — нецелесообразный, удачный — неудачный).

Представленная классификация является широкой и применимой к большому числу аспектов исследования, но она не позволяет в полной мере сформировать аксиологический портрет политика в СМИ.

А. М. Стрельников [2005, с. 31] предложил классификацию объектов оценки применительно к предвыборному дискурсу, взяв за основу классификацию Н. Д. Арутюновой. Классификация А. М. Стрельникова включает в себя девять типов оценок:

– Оценка рейтинга и шансов на победу (популярность, известность, прогнозы, симпатии, сочувствие, поддержка, рейтинг, уважение, авторитет);

– Этическая оценка (смелый, волевой, честный, скромный, богобоязненный);

– Интеллектуальная оценка (интересный, увлекательный, глубокий, умный, неинтересный, скучный, банальный);

- Эстетическая оценка (внешность, физическая форма, здоровье, спортивность, стиль одежды, привлекательность);
- Утилитарная оценка (полезный, вредный, благоприятный, неблагоприятный);
- Нормативная оценка (правильный – неправильный);
- Телеологическая оценка (удачливый – неудачливый);
- Оценка профессионализма (знания, умения, компетентность);
- Оценка политического статуса (могущество, влияние).

В нашем исследовании мы будем использовать классификацию А. М. Стрельникова, исключив из нее виды оценок, неразрывно связанных с политическим персонами (например, оценка шансов на победу в выборах).

Рассмотрим наиболее частотные виды оценки – оценки статуса и профессионализма.

4. Оценки статуса

Оценка статуса имеет своим объектом такие характеристики, как могущество и влияние. Оценка статуса раскрывается в понятиях привилегий, престижа структуры и уважения среди общества.

В следующем примере приводится негативная оценка полиции, неспособной защитить граждан. Речь идет о невинно заключенном в тюрьму и впоследствии погибшем сирийце А. Амаде. Ср.:

«Vertrauen in den Rechtsstaat wird nicht dadurch erzeugt, dass die Justiz die schwarzen Schafe bei der Polizei vor strafrechtlicher Verfolgung schützt», schreiben die Anwälte. Dies sei nicht hinnehmbar (Focus, 14.03.2020).

Следующий пример касается громкого скандала с бывшей преподавательницей полицейской академии Бахар Аслан, известной благодаря публикации статьи, разжигающей расовую ненависть среди сотрудников правоохранительных органов. Негативное оценочное высказывание выражается через метафору *braune Dreck* (коричневая грязь). Коричневый цвет ассоциируется с фашизмом, а лексема грязь призвана максимально снизить оценку статуса полиции. Ср.:

Ich bekomme mittlerweile Herzrasen, wenn ich oder meine Freundinnen in eine Polizeikontrolle geraten, weil der ganze braune Dreck innerhalb der Sicherheitsbehörden uns Angst macht. Das ist nicht nur meine Realität, sondern die von vielen Menschen in diesem Land (Focus 22.05.2023).

В следующем примере сам факт работы в полиции считается достаточным основанием, чтобы вызывать опасения, то есть сам род деятельности по умолчанию оценивается негативно. Ср.:

«Man bedenke, dass dieser Mann Polizist ist. Allein das rechtfertigt eine Dienstaufsichtsbeschwerde (Focus 22.05.2023)».

Более того, развитие этой логики приводит к выводу о том, что, чем дольше работает человек в полиции, тем меньше уважения он заслуживает. Дело о пяти отстраненных от должности сотрудников полиции, вызвало соответствующую реакцию общественности. Ср.:

Intern löste der Fall Entsetzen aus, wie der SPIEGEL aus Frankfurter Polizeikreisen erfuhr. «Wenn da etwas dran sein sollte, dann sind die Typen viel zu lang bei der Polizei gewesen. Das sind keine Polizisten in meinen Augen», sagte ein Beamter (Der Spiegel, 17.12.2018).

В целом присутствие полиции рассматривается как угроза гражданам ФРГ, даже если последние не ведут себя агрессивно и не нарушают закон. Ср.:

Doch Soulé schätzt, dass nur ein kleiner Teil wirklich aggressiv war. Die anderen hätten sich eher von der Polizei bedroht gefühlt und seien weggerannt (Focus 24.07.2020).

После случая массовых беспорядков на политической основе, федеральный председатель профсоюза полиции Оливер Мальхоу призвал ужесточить наказания за нападения на сотрудников полиции. То есть сами полицейские считают свой статус недостаточно высоким, так как у них недостаточно полномочий противодействовать беспорядкам, что выражается в сравнении полицейских с мальчиками для битья. Ср.:

Der Staat muss verhindern, dass Polizisten und Rettungskräfte zu Prügelknaben der Nation werden. Härtere Strafen können hier abschreckend wirken (Focus, 17.04.2015).

Вместе с тем Министр юстиции Георг Айзенрайх заявил, что сотрудники полиции, службы экстренной помощи и другие работники государственных служб в последние годы все чаще становятся объектами нападений, что недопустимо. Он сравнивает статус правоохранительных органов со статусом полиции. Ср.:

Wer Einsatzkräfte angreift, greift zugleich den Rechtsstaat an (Abendzeitung, 05.05.2023).

В интервью Der Spiegel психолог Рафаэль Бер, говорит о том, что полицейские профсоюзы давно внушают своим членам, что они являются жертвами общества, которое становится все более агрессивным, и полицейские в него верят. Однако при этом многие полицейские не осознают, что уважение — это не улица с односторонним движением. Ср.:

Sie reden ihren Mitgliedern schon seit Langem ein, dass sie Opfer einer aggressiver werdenden Gesellschaft sind. Wenn man dieses Bild inhaliert, glaubt man auch irgendwann daran. Dabei merken viele Polizisten gar nicht: Respekt ist keine Einbahnstraße (Der Spiegel, 10.06.2020).

Наконец, в прессе фигурируют утверждения, что полиция — враг, невидящий граждан. Хотя подобные утверждения не являются мнением

редакции, сам факт их публикации в ведущих СМИ свидетельствует о серьезном кризисе в отношениях между полицией и обществом и низкой оценкой статуса правоохранительных органов. Ср.:

Die Polizei, dein Feind und Hater (Der Spiegel, 24.06.2020).

Die Polizei will sich als ewiger Freund und Helfer inszenieren, für einige aber ist sie leider Feind und Hater, und das nicht aus einer generellen Abneigung gegen Uniformen, sondern aufgrund eines Misstrauens, das sich immer wieder als begründet erweist (Der Spiegel, 24.06.2020).

Вместе с тем в спорах о чрезмерном насилии со стороны полиции сотрудники профсоюзов занимают сторону органов правопорядка. Директор профсоюза в Гессене, Александр Глунц, оценивает статус полиции положительно, утверждая, что полицейские являют собой образец для подражания и поэтому в их ряды не допускаются правонарушители. Ср.:

Natürlich sehen wir die Vorbildfunktion der Polizei und erlauben daher keine Rechtsbrecher in den eigenen Reihen», sagt Alexander Glunz (Abendzeitung, 16.05.2023).

Как показывает исследование, оценка статуса полиции занимает главенствующее место по популярности использования в системе немецкоязычных СМИ. В этом аспекте аксиологического портрета преобладает негативная оценка характеристик.

5. Оценки профессионализма

Объектом оценки профессионализма служат знания, навыки, умения и компетентность представителей органов правопорядка.

В следующем примере оценивается политика «расового профилирования» (повышенного внимания полицейских к людям не белой расы в повседневной жизни), как нецелесообразного и непрофессионального. Ср.:

Trotzdem gibt es Berichte von Betroffenen, für die anlasslose Polizeikontrollen zum Alltag gehören. Es ist die Erfahrung zahlreicher Menschen, die nicht weiß sind (Der Spiegel, 10.08.2020).

Aufnahmen der Szene verbreiten sich aktuell auf Twitter und sorgen unter den Nutzern für Entsetzen. Ein Jugendlicher liegt auf dem Boden, zwei Polizisten halten ihn fest (Focus, 19.08.2020).

Иную оценку находим на страницах Münchner Merkur, комментировавшей скандальные события новогодней ночи. Повышенное внимание полиции в Кельне, направленное на гостей из Северной Африки, оценивается мелиоративно. Ср.:

Das Polizeikonzept in Köln, fokussiert nordafrikanische Gäste zu kontrollieren, war richtig getan (Focus, 13.01.2017).

Более того, психолог-юрист Рудольф Эгг негативно оценивает профессионализм полицейских, которые слишком поздно вмешались в ситуацию массового нападения на женщин в канун Нового года в Кельне. Ср.:

Die massenhaften Übergriffe auf Frauen in der Kölner Silvesternacht sind nach Ansicht eines Gutachters durch das späte Eingreifen der Polizei begünstigt worden (Focus, 19.06.2016).

В 2020 г. группы молодых людей в Штутгарте вступили в ожесточенные столкновения с полицией, произошли грабежи и беспорядки. В результате разрешения ситуации полицейский психолог и начальник отдела полиции положительно оценили действия правоохранительных органов, отмечая, что, вместо того чтобы ответить на насилие в отношении полицейских дубинками или оружием, полицейские сохраняли самообладание. Ср.:

Denn anstatt der massiven Gewalt gegen die Polizisten mit Schlagstöcken oder anderem Waffeneinsatz zu erwidern, blieben die Beamten besonnen (Focus, 24.06.2020).

Ihr Chef, Rainer Wendt, betont gegenüber FOCUS Online, dass Einsatzkräfte für Situationen wie in Stuttgart bestens ausgebildet seien (Focus, 24.06.2020).

Профессионализм полиции заключается не в жестком пресечении правонарушений, а в «гибкой» позиции, позволяющей максимально избегать применения силы. Ср.:

In der Zwischenzeit erfordert die Bekämpfung von Kriminalität eine flexible und starke Polizei (Der Spiegel, 10.06.2020).

Die Polizei im Norden habe bislang besonnen und konsequent auf Aktionen reagiert (Taz, 16.06.2022).

Для усиления авторитетности оценки профессионализма используются ссылки на высокопоставленных чиновников международного уровня. Так, эксперт ООН по правам человека прокомментировал случаи, связанные с насилием со стороны полиции, отзываясь негативно о ее действиях. Ср.:

Gegner der Coronamaßnahmen dürfen in Deutschland demonstrieren. Nach Ansicht des Uno-Sonderberichterstatters für Folter gingen Polizisten dabei oft unmenschlich vor. Noch härter urteilt er über die zuständigen Behörden (Der Spiegel, 21.04.2022).

К этой же группе приемов можно отнести ссылки на внутренние нормативные акты правоохранительных органов. Ср.:

Der Jugendliche aus dem afrikanischen Land wurde damals durch Schüsse aus einer Maschinenpistole der Polizei getötet. Der Einsatz sei „möglicherweise unverhältnismäßig gewesen“, heißt es in einem internen Bericht der Staatsanwälte, aus dem die Bild unlängst zitierte (Jungefreiheit, 02.09.2022).

Отдельный случай — сочетание отрицательной оценки профессионализма правоохранительных органов и профессионализма чиновников. В следующем контексте речь идет о том, что не только полицейские, но и

чиновники должны быть лучше подготовлены к ответным действиям во время массовых демонстраций. Ср:

Auch auf Einsätze bei Großdemonstrationen müssten die Beamten noch besser vorbereitet werden. Dabei handele es sich um äußerst komplexe Einsatzlagen. Die Grünen kritisieren schon länger, dass viele Polizisten für derartige Einsätze nicht ausreichend geschult seien, was immer wieder zu Fehlern führe (Sueddeutsch, 22.06.2020).

6. Заключение

Подводя итоги, следует указать, что в основу аксиологического портрета полиции легли высказывания, наиболее часто встречающиеся в средствах массовой информации Германии, — выражения оценки статуса и оценки профессионализма. Данная специфика дискурса СМИ говорит о том, что наиболее важными характеристиками для выражения отношения к полиции общество Германии считает уважение, влияние, качество выполнения работы, компетентность.

Высокая востребованность подобных оценок связана с увеличением числа массовых волнений, отражающих конфликт между обществом и государством. В результате в обществе Германии нарастает недовольство качеством работы полиции, падает ее авторитет. В медиадискурсе формируется в целом негативный образ полиции. При этом наблюдается амбивалентность в вопросе о том, какой должна быть полиция, чтобы изменить свой общественный имидж. Государственные чиновники полагают, что полиция должна проявлять сдержанность и осуждают излишнюю агрессию, в то время как граждане жалуются на излишнюю пассивность по отношению к реальным нарушителям порядка

В обыденном сознании немецкое общество принято считать образцом законопослушности, а гражданам ФРГ принято приписывать уважительное отношение к закону и соблюдение его предписаний каждым субъектом права. Вместе с тем полученные результаты вносят коррективы в эту идиллическую картину, что может быть связано с политикой мультикультурализма, активно проповедуемой в ФРГ в последние десятилетия, но это уже относится к перспективам дальнейшего исследования.

Список литературы

Аксиологическая лингвистика: проблемы коммуникативного поведения / Ред. В. И. Карасик. — Волгоград : Парадигма, 2003. — 181 с. — Текст : непосредственный.

Алексеева, А. К. Политический портрет В. В. Путина и Д. А. Медведева (на материале прессы и ассоциативного эксперимента) / А. К. Алексеева. — Текст : непосредственный // Политическая лингвистика. — 2012. — № 41. — С. 64–80.

Арутюнова, Н. Д. Язык и мир человека / Н. Д. Арутюнова. — Москва : Языки русской культуры, 1999. — 896 с. — Текст : непосредственный.

Башкатова, Ю. А. Метафорический образ внешности политика в российском дискурсе СМИ / Ю. А. Башкатова. — Текст : непосредственный // Политическая лингвистика. — 2010. — № 2 (32). — С. 97–100.

Будаев, Э. В. Прагматическая амбивалентность метафор в политическом нарративе «Жизни черных имеют значение» (на примере «Сиэтл Таймс») / Э. В. Будаев, К. В. Пологова. — Текст : непосредственный // Ученые записки НТГСПИ. Серия: История и филология. — 2021. — № 2. — С. 43–59.

Вепрева, И. Т. Стратегия позитивной медиатизации войны во Вьетнаме (по материалам «Правды» и «Комсомольской правды» 1965 г.) / И. Т. Вепрева, М. Т. Уонг. — Текст : непосредственный // Коммуникативные исследования. — 2020. — Т. 7, № 2. — С. 351–364.

Виниченко, Л. Г. Медийная презентация образа канцлера Германии Олафа Шольца в современных СМИ (на материале публикаций журнала «Spiegel») / Л. Г. Виниченко, Е. И. Петрова. — Текст : непосредственный // Политическая лингвистика. — 2023. — № 3 (99). — С. 38–46.

Вольф, Е. М. Функциональная семантика оценки / Е. М. Вольф. — Москва : Наука, 2008. — 228 с. — Текст : непосредственный.

Воркачев, С. Г. Методологические основания лингвоконцептологии / С. Г. Воркачев. — Текст : непосредственный // Теоретическая и прикладная лингвистика. — Воронеж : Истоки, 2002. — С. 79–95.

Вригт, Г. Х. фон. Логико-философские исследования / Г. Х. фон Вригт. — Москва : Прогресс, 1986. — 594 с. — Текст : непосредственный.

Врублевская, О. В. Прецедентные антропонимы политического дискурса как средство социальной оценки / О. В. Врублевская. — Текст : непосредственный // Политическая лингвистика. — 2019. — № 5 (77). — С. 132–139.

Выгузова, Е. Ю. Репрезентация языковых средств оценки экономической ситуации в СМИ / Е. Ю. Выгузова. — Текст : непосредственный // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Лингвистика. — 2010. — № 5. — С. 15–18.

Грошева, А. В. Аксиологический портрет В. В. Путина в немецкой прессе / А. В. Грошева, Э. В. Будаев. — Текст : непосредственный // Один пояс — один путь. Лингвистика взаимодействия. — Екатеринбург : Уральский государственный педагогический университет, 2017. — С. 49–51.

Грошева, А. В. Эстетическая оценка В. В. Путина в СМИ ФРГ и Великобритании / А. В. Грошева. — Текст : непосредственный // Ученые записки НТГСПИ. Серия: История и филология. — 2021. — № 1. — С. 59–70.

Зарубина, Н. Е. Роль оценочной лексики в формировании образа России в западных СМИ / Н. Е. Зарубина. — Текст : непосредственный // Вестник Костромского государственного университета. — 2018. — Т. 24, № 2. — С. 244–247.

Зелянская, Н. Л. Медиаобраз политика: интернет-сообщество как агент политической реальности / Н. Л. Зелянская. — Текст : непосредственный // Политическая лингвистика. — 2014. — № 4 (50). — С. 120–126.

Карасик, В. И. Аксиогенная ситуация как единица ценностной картины мира / В. И. Карасик. — Текст : непосредственный // Политическая лингвистика. — 2014. — № 1 (47). — С. 65–75.

Карасик, В. И. Лингвосомиотическое моделирование ценностей / В. И. Карасик. — Текст : непосредственный // Политическая лингвистика. — 2012. — № 1 (39). — С. 43–50.

Карасик, В. И. Языковая спираль: ценности, знаки, мотивы / В. И. Карасик. — Москва : Гнозис, 2019. — 422 с. — Текст : непосредственный.

Квашина, В. В. Оценочность как языковая категория в современной лингвистике / В. В. Квашина. — Текст : непосредственный // Историческая и социально-образовательная мысль. — 2013. — № 5. — С. 250–255.

Комиссарова, Н. Г. Оценочность в дискурсе СМИ / Н. Г. Комиссарова, Д. Р. Якупова. — Текст : непосредственный // Филологические науки. Вопросы теории и практики. — 2018. — № 2-1 (80). — С. 83–87.

Лингвистика и аксиология: этносемиотрия ценностных смыслов / Отв. ред. Л. Г. Видулова. — Москва : ТЕЗАУРУС, 2011. — 352 с. — Текст : непосредственный.

Приходько, А. И. О соотношении оценки и модальности в языке / И. А. Приходько. — Текст : непосредственный // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. — 2010. — № 12. — С. 42–44.

Ращупкин, А. М. Аксиологический портрет В. В. Путина в газете «Нью-Йорк Таймс» / А. М. Ращупкин. — Текст : непосредственный // Ученые записки НТГСПИ. Серия: История и филология. — 2022а. — № 2. — С. 91–104.

Ращупкин, А. М. Аксиологический портрет В. В. Путина в газете «Уолл-стрит джорнэл» / А. М. Ращупкин. — Текст : непосредственный // Ученые записки НТГСПИ. Серия: История и филология. — 2022б. — № 4. — С. 76–91.

Руженцева, Н. Б. Точка зрения в публицистическом дискурсе: речевое представление и аксиологическое содержание / Н. Б. Руженцева. — Текст : непосредственный // Политическая лингвистика. — 2022. — № 3 (93). — С. 12–19.

Стрельников, А. М. Метафорическая оценка политического лидера в дискурсе кампании по выборам президента в США и России : 10.02.20 специальность «Сравнительно-историческое, типологическое и сопоставитель-

ное языкознание»: диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук / Стрельников Александр Михайлович; Уральский государственный педагогический университет. — Екатеринбург, 2005. — 117 с. — Текст : непосредственный.

Федорова, Н. В. К вопросу о языковых механизмах формирования оценки в русскоязычных и англоязычных средствах массовой информации: имплицитная оценка / Н. В. Федорова. — Текст : непосредственный // Филология и лингвистика. — 2015. — № 2 (2). — С. 30–36.

Husserl, E. *Formale und transzendente Logik: Versuch einer Kritik der logischen Vernunft* / E. Husserl. — Berlin : Walter de Gruyter, 2013. — 309 S. — Текст : непосредственный.

Статья получена: 15.10.2024

Статья принята: 17.11.2024

ASSESSMENTS OF THE STATUS AND PROFESSIONALISM OF THE POLICE IN THE GERMAN MEDIA

V. S. Furleta

Nizhny Tagil State Social Pedagogical Institute (branch)
of the Russian State Vocational Pedagogical University
Nizhny Tagil, Russia
vsfurleta@mail.ru

E. V. Budaev

Ural State Pedagogical University
Yekaterinburg, Russia
aedw@rambler.ru

Abstract. The article deals with evaluative judgments aimed at shaping the image of the police in the media of the Federal Republic of Germany. The methodology of the study is based on the provisions of political linguistics and works on the problems of evaluation in language and speech. Research methods: sampling method, descriptive method, classification method, axiological analysis, discourse analysis. The material for the study was contexts containing evaluative judgments in the texts of the German media. The original corpus of texts consisted of 180 units for the period from January 1, 2020 to April 30, 2022. As the analysis showed, the axiological portrait of the police is based on the statements most frequently encountered in the German media – expressions of status assessment and professionalism assessment. This specificity of the media discourse suggests that German society considers respect, influence, quality of work, and competence to be the most important characteristics for expressing attitudes towards the police. The high demand for such assessments is linked to the increasing number of

mass unrests reflecting the conflict between society and the state, resulting in growing dissatisfaction with the quality of police work and a decline in its authority. Generally a negative image of the police is being formed in the media discourse. At the same time, there is ambivalence in the question of what the police should be like in order to change its public image. Government officials believe that the police should show restraint and condemn excessive aggression, while citizens complain of excessive passivity in relation to real violators of order.

Key words: assessment, axiological portrait, German media, political discourse, image of the police.

References

Alekseeva, A. K. (2012). Politicheskii portret V. V. Putina i D. A. Medvedeva (na materiale pressy i assotsiativnogo eksperimenta) [Political portrait of V. V. Putin and D. A. Medvedev (based on the press and an associative experiment)]. *Political linguistics*, 41, 64–80.

Arutyunova, N. D. (1999). *Yazyk i mir cheloveka* [Language and the world of man]. Moscow: Yazyki russkoi kultury.

Bashkatova, Yu. A. Metaforicheskij obraz vneshnosti politika v rossijskom diskurse SMI [Metaphorical image of a politician's appearance in the Russian media discourse]. *Politicheskaya lingvistika*, 2010, 2(32), 97–100.

Budaev, E. V., & Pologova, K. V. (2021). Pragmaticheskaya ambivalentnost' metafor v politicheskom narrative «Zhizni chernyh imejut znachenie» (na primere «Sietl Tajms») [Pragmatic ambivalence of metaphors in the political narrative "Black Lives Matter" (on the example of the Seattle Times)]. *Scientific notes of NTSSPI. Series: History and Philology*, 2, 43–59.

Fedorova, N. V. (2015). *K voprosu o yazykovykh mekhanizmax formirovaniya otsenki v russkoyazychnykh i angloyazychnykh sredstvakh massovoy informatsii: implitsitnaya otsenka* [On the issue of linguistic mechanisms for the formation of assessments in the Russian-language and English-language mass media: an implicit assessment]. *Filologiya i lingvistika*, 2(2), 30–36.

Fomin, I. V. (2020). Narrativy o sovetskom proshlom v diskurse rossiyskoy vneparlamentskoy oppozitsii (na primere tekstov Alekseya Naval'nogo) [Narratives about the Soviet past in the discourse of the Russian non-parliamentary opposition (example of Alexei Navalny's texts)]. *Politicheskaya nauka*, 4, 221–245.

Grosheva, A. V. (2021). Esteticheskaja ocenka V. V. Putina v SMI FRG i Velikobritanii [Aesthetic assessment of V. V. Putin in the media of Germany and Great Britain]. *Scientific notes of NTGSPИ. Series: History and Philology*, 1, 59–70.

Grosheva, A. V., & Budaev, E. V. (2017). Aksiologicheskii portret V. V. Putina v nemetskoy presse [Axiological portrait of V. V. Putin in the German press]. In A. P. Chudinov (Ed.), *Odin poyas – odin put'*. *Lingvistika vzaimodeystviya* (pp. 49–51). Yekaterinburg: Ural State Pedagogical University.

Husserl, E. (2013). *Formale und transzendente Logik: Versuch einer Kritik der logischen Vernunft*. Berlin: Walter de Gruyter.

Karasik, V. I. (2014). Aksiogennaya situatsiya kak edinitsa tsennostnoy kartiny mira [Axiogenic situation as an evaluative world mapping unit]. *Politicheskaya lingvistika*, 1, 65–75.

Karasik, V. I. (2019). *Yazykovaya spiral': tsennosti, znaki, motivy* [Language spiral: values, signs, motives]. Moscow: Gnozis.

Karasik, V. I. (Ed.) (2003). *Aksiologicheskaja lingvistika: problemy kommunikativnogo povedenija* [Axiological linguistics: problems of communicative behavior]. Volgograd: Paradigm.

Kazun, A. D. (2018). «Osvetit' nel'zya ignorirovat'»: Aleksey Naval'nyy v rossijskikh SMI ["Cover or ignore?" Alexei Navalny in Russian media]. *Politiya: Analiz. Khronika. Prognoz*, 1(88), 47–64.

Komissarova, N. G. (2018). Otsenochnost' v diskurse SMI [Evaluation in media discourse]. *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki*, 2-1(80), 83–87.

Kvashina, V. V. (2013). Otsenochnost' kak yazykovaja kategorija v sovremennoj lingvistike [Evaluation as a language category in modern linguistics]. *Historical and socio-educational thought*, 5, 250–255.

Prikhodko, A. I. (2010). O sootnoshenii ocenki i modal'nosti v yazyke [On the relationship between evaluation and modality in language]. *Actual problems of philology and pedagogical linguistics*, 12, 42–44.

Rashchupkin, A. M. (2022a). Aksiologicheskij portret V. V. Putina v gazete The New York Times [Axiological portrait of V. V. Putin in the New York Times]. *Scientific notes of NTGSPi. Series: History and Philology*, 2, 91–104.

Rashchupkin, A. M. (2022b). Aksiologicheskij portret V. V. Putina v gazete «Uoll-strit dzhornel» [Axiological portrait of V. V. Putin in the Wall Street Journal]. *Scientific notes of NTGSPi. Series: History and Philology*, 4, 76–91.

Ruzhentseva, N. B. (2022). Tochka zreniya v publitsisticheskom diskurse: rechevoe predstavlenie i aksiologicheskoe sodержanie [Point of view in publicistic discourse: linguistic representation and axiological content]. *Politicheskaya lingvistika*, 3 (93), 12–19.

Strelnikov, A. M. (2005). *Metaforicheskaya otsenka politicheskogo lidera v diskurse kampanii po vyboram prezidenta v SShA i Rossii* [Metaphorical assessment of a political leader in the discourse of the presidential campaign in the United States and Russia]. [Candidate dissertation, Ural State Pedagogical University].

Vepreva, I. T. (2020). *Strategiya pozitivnoy mediatizatsii voyny vo V'et-name (po materialam "Pravdy" i "Komsomol'skoy pravdy" 1965 g.)* [Strategy for positive mediatization of the Vietnam War (based on the materials of "Pravda" and "Komsomolskaya Pravda" of the year 1965)]. *Kommunikativnye issledovaniya*, 7(2), 351–364.

Vikulova, L. G. (2011). *Lingvistika i aksiologija. Etnosemiometrija cennostnyh smyslov* [Linguistics and axiology: ethnosemiometry of value meanings]. Moscow: THESAURUS, 2011.

Vinichenko, L. G., & Petrova, E. I. (2023). Medijnaja prezentacija obraza kanclera Germanii Olafa Shol'ca v sovremennyh SMI (na materiale publikacij zhurnala «Spiegel») [Media Presentation of the Image of German Chancellor Olaf Scholz in Modern Media (Based on Publications in Spiegel Magazine)]. *Political Linguistics*, 3(99), 38–46.

Vorkachev, S. G. (2002). *Metodologicheskie osnovaniya lingvokontseptologii* [Methodological foundations of linguoconceptology]. In *Teoreticheskaya i prikladnaya lingvistika* (pp. 79–95). Voronezh: Istoki.

Vrublevskaya, O. V. (2019). Precedentnye antroponimy politicheskogo diskursa kak sredstvo social'noj ocenki [Precedent anthroponyms of political discourse as a means of social assessment]. *Political linguistics*, 5 (77), 132–139.

Vyuzova, E. Yu. (2010). *Reprezentatsiya yazykovykh sredstv otsenki ekonomicheskoy situatsii v SMI* [Representation of linguistic means of assessing the economic situation in the media]. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo oblastnogo universiteta. Seriya: Lingvistika*, 5, 15–18.

Wolf, E. M. (2008). *Funktional'naya semantika otsenki* [Functional evaluation semantics]. Moscow: Nauka.

Wright, G. H. von. (1986). *Logiko-filosofskie issledovaniya* [Logical and philosophical studies]. Moscow: Progress.

Zarubina, N. E. (2018). *Rol' otsenочноy leksiki v formirovanii obraza Rossii v zapadnykh SMI* [The role of evaluative vocabulary in shaping the image of Russia in Western media]. *Vestnik Kostromskogo gosudarstvennogo universiteta*, 24(2), 244–247.

Zelyanskaya, N. L. (2014). Mediaobraz politika: internet-soobshchestvo kak agens politicheskoy real'nosti [The media image of politics: the Internet community as an agent of political reality]. *Politicheskaya lingvistika*, 4(50), 120–126.

Submitted: 15.10.2024

Accepted: 17.11.2024

Информация для авторов

Правила предоставления рукописей

Редакционная коллегия журнала приглашает к сотрудничеству специалистов в области истории и филологии.

К рассмотрению принимаются статьи, представляемые к публикации впервые, не опубликованные ранее и не находящиеся на рассмотрении в других изданиях. Статья должна содержать результаты выполненного авторами самостоятельно оригинального исследования, характеризующиеся отчетливой научной новизной, актуальностью, теоретической и практической значимостью.

Все статьи проходят проверку на плагиат.

Редакция принимает материалы объемом от 20 до 40 тыс. знаков с пробелами (1 авт. л.). Объём сообщений, рецензий и других подобных материалов — до 8 тыс. знаков. По согласованию с редакцией журнала объем текста может быть увеличен.

В редакцию высылаются:

1. Файл с текстом статьи (именуется «Фамилия_первые слова названия статьи»).

2. Файл «Фамилия_данные об авторе», в которой помещается следующая информация:

- Фамилия, имя, отчество автора полностью.
- Официальное наименование места работы, должность, учёная степень, учёное звание автора.
- Контактная информация (служебный адрес с почтовым индексом, номер телефона, электронная почта).
- Название статьи.

3. Подписанный текст согласия (сканированная копия) на опубликование в открытой печати текста статьи и индивидуальных сведений автора (авторов). Образец бланка согласия представлен в Приложении 2.

4. Для работ авторов, не имеющих ученой степени, требуется рекомендация научного руководителя или рекомендация кандидата/доктора наук по специальности статьи в виде сканированного текста с подписью и контактными данными. Файл именуется «Фамилия_Рекомендация».

Тексты высылаются в форматах .doc, .docx, .rtf. Электронные версии рисунков (в форматах .bmp, .png, .jpg, .tif) высылаются отдельными пронумерованными файлами (названия файлов: «рис. 1.», «рис. 2» и т.д.).

Адрес для отправки материалов по электронной почте: uzntgspi@yandex.ru

Статьи, оформленные с нарушением требований журнала, возвращаются авторам на доработку.

Требования к оформлению статей в журнале «Ученые записки НТГСПИ. Серия: История и филология»

Параметры страницы: верхнее и нижнее поля — 2 см, левое и правое — 2,5 см. Шрифт Times New Roman, кегль 14. Интервал одинарный, абзацный отступ 1 см.

Ссылки оформляются согласно ГОСТ 7.05-2008 «Библиографическая ссылка». Например: [Иванов, 1999, с. 56], [Теория метафоры, 1990, с. 67], [Лакофф, 2001; Чудинов, 2001].

В лингвистических статьях иллюстративный материал (слово, фразеологическая единица, словосочетание, предложение и т. п.) в тексте статьи выделяется курсивом. Толкование значения слова и семы заключается в одинарные кавычки ‘...’. Ссылка на источник приводимого иллюстративного материала дается после примера в круглых скобках (внутритекстовая ссылка): *Надзор за деятельностью банков должен быть в надежных руках* (Новая газета. 2007. № 7).

Источники оформляются в виде нумерованного списка литературы в алфавитном порядке. Библиографические записи в списке литературы оформляются согласно ГОСТ 7.80-2000 «Библиографическая запись. Заголовков», ГОСТ Р 7.0.100-2018 «Библиографическая запись. Библиографическое описание».

Примеры оформления библиографических записей в списке литературы

Книги одного автора

Скляревская, Г. Н. Метафора в системе языка / Г. Н. Скляревская. – Санкт-Петербург : Наука, 1993. – 151 с. – Текст : непосредственный.

Книги двух авторов

Будаев, Э. В. Метафора в политической коммуникации / Э. В. Будаев, А. П. Чудинов. – Москва : Наука : Флинта, 2008. – 248 с. – Текст : непосредственный.

Книги трех авторов

Антрушина, Г. Б. Лексикология английского языка / Г. Б. Антрушина, О. В. Афанасьева, Н. Н. Морозова : учебное пособие. – 2-е изд. – Москва : Дрофа, 2000. – 288 с. – Текст : непосредственный.

Книги четырех авторов

Краткий словарь когнитивных терминов / Е. С. Кубрякова, В. З. Демьянков, Ю. Г. Панкрац, Л. Г. Лузина. – Москва : Изд-во Моск. ун-та, 1996. – 245 с. – Текст : непосредственный.

Книги пяти и более авторов

Распределенные интеллектуальные информационные системы и среды / А. Н. Шевцов, А. А. Сукощников, Д. В. Кочкин [и др.]. – Курск : Университетская книга, 2017. – 196 с. – Текст : непосредственный.

Книги под заглавием

Теория метафоры : сборник научных статей / Под ред. Н. Д. Арутюновой. – Москва : Прогресс, 1990. – 512 с. – Текст : непосредственный.

Диссертации

Кушнерук, С. Л. Когнитивно-дискурсивное миромоделирование в британской и российской коммерческой рекламе : специальность 10.02.19 «Теория языка» : диссертация на соискание ученой степени доктора филологических наук / Кушнерук Светлана Леонидовна ; Уральский государственный педагогический университет. – Екатеринбург, 2016. – 567 с. – Текст : непосредственный.

Авторефераты диссертаций

Величковский, Б. Б. Функциональная организация рабочей памяти : специальность 19.00.01 «Общая психология, психология личности, история психологии» : автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора психологических наук / Величковский Борис Борисович ; Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова. – Москва, 2017. – 44 с. – Текст : непосредственный.

Многотомное издание в целом

Голсуорси, Д. Saga о Форсайтах : в 2 томах. / Д. Голсуорси ; перевод с английского М. Лорие [и др.]. – Москва : Время, 2017. – Текст : непосредственный.

Статьи из журналов

Серно, П. От любви к языку до смерти языка / П. Серно. – Текст : непосредственный // Политическая лингвистика. – 2009. – № 29. – С. 118–123.

Вепрева, И. Т. Перегрузка / И. Т. Вепрева, Н. А. Купина. – Текст : непосредственный // Русский язык за рубежом. – 2009. – № 3. – С. 119–122.

Влияние психологических свойств личности на графическое воспроизведение зрительной информации / С. К. Быструшкин, О. Я. Созонова, Н. Г. Петрова [и др.]. – Текст : непосредственный // Сибирский педагогический журнал. – 2017. – № 4. – С. 136–144.

Статьи из сборников, книг

Кибрик, А. А. Функционализм / А. А. Кибрик, В. А. Плунгян. – Текст : непосредственный // Фундаментальные направления современной американской лингвистики / Под ред. А. А. Кибрика, И. М. Кобозевой, И. А. Секериной. – Москва : Издательство МГУ, 1997. – С. 276–339.

Электронные ресурсы локального доступа

Основы системного анализа и управления : учебник / О. В. Афанасьева, А. А. Клавдиев, С. В. Колесниченко, Д. А. Первухин. – Санкт-Петербург : СПбГУ, 2017. – 1 CD-ROM. – Загл. с титул. экрана. – Текст : электронный.

Романова, Л. И. Английская грамматика : тестовый комплекс / Л. Романова. – Москва : Айрис : MagnaMedia, 2014. – 1 CD-ROM. – Загл. с титул. экрана. – Текст. Изображение. Устная речь : электронные.

Электронные ресурсы сетевого распространения

Яницкий, М. С. Ценностная детерминация инновационного поведения молодежи в контексте культурно-средовых различий / М. С. Яницкий. – Текст : электронный // Сибирский психологический журнал. – 2009. – № 34. – С. 26–37. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=13024552> (дата обращения: 29.05.2018).

В статье приводятся данные об авторах, аннотация (100–150 слов), ключевые слова и список литературы на английском языке, оформленный согласно требованиям APA Style. На сайте <http://translit.ru/> можно воспользоваться программой транслитерации русского текста в латиницу (последовательность действий: выбираем стандарт ВGN, помещаем библиографические ссылки из русскоязычного списка в рабочее поле и нажимаем кнопку «в транслит», копируем получившийся текст). После транслитерации названия источника приводится его перевод на английский язык в квадратных скобках.

Примеры оформления библиографических записей в списке литературы на английском языке (APA Style)

Книги

Mitchell, J.A., Thomson, M., & Coyne, R.P. (2017). *A guide to citation*. London: Publisher.

Jones, A.F. & Wang, L. (2011). *Spectacular creatures: The Amazon rainforest* (2nd ed.). San Jose: Publisher.

Williams, S.T. (Ed.). (2015). *Referencing: A guide to citation rules*. New York: Publisher.

Глава в книге

Troy, B.N. (2015). APA citation rules. In S.T. Williams (Ed.), *A guide to citation rules* (pp. 50–95). New York: Publishers.

Статьи в журналах

Mitchell, J.A. (2017). Citation: Why is it so important. *Journal*, 67(2), 81–95.

Диссертация

Kabir, J. M. (2016). *Factors influencing customer satisfaction at a fast food hamburger chain* [Doctoral dissertation, Wilmington University].

Электронный текст

Mitchell, J.A., Thomson, M., & Coyne, R.P. (2017). *A guide to citation*. Retrieved from <https://www.mendeley.com/reference-management/reference-manager>

Mitchell, J.A. (2017). Citation: Why is it so important. *Journal*, 67(2), 81–95. Retrieved from <https://www.mendeley.com/reference-management/reference-manager>

Образец оформления статьи

УДК 811.111'42

ЛИТЕРАТУРНЫЕ ПЕРСОНАЖИ КАК СФЕРА-ИСТОЧНИК ПРЕЦЕДЕНТНЫХ ИМЕН В СМИ ВЕЛИКОБРИТАНИИ

А. Б. Иванов

Уральский государственный педагогический университет
Екатеринбург, Россия
ivanov@gmail.com

П. Н. Петров

Нижнетагильский государственный социально-педагогический институт (филиал)
Российского государственного профессионально-педагогического университета
Нижний Тагил, Россия
petrov@gmail.com

Аннотация. В статье рассматриваются прецедентные имена из сферы-источника «Литература» в СМИ Великобритании (The Guardian, The Times, The Daily Mail, The Daily Telegraph, The Independent) за последние десять лет (2010—2019). Для изучения данных прецедентных имен применялись когнитивно-дискурсивный анализ и приемы лингвокультурологического описания. Сделан вывод о том, что сфера-источник «Литературные персонажи» является наиболее востребованным источником прецедентности в СМИ Великобритании (26 % от общего корпуса примеров, составляющего 400 прецедентных имен). Выявлено, что британские журналисты регулярно обращаются в своих текстах к именам героев из классических произведений английской литературы. Вместе с тем показано, что ведущее место по частотности актуализации и продуктивности занимают прецедентные имена, ставшие популярными в последние десятилетия, что в первую очередь относится к героям романов Дж. Роулинг о Гарри Поттере. Таким образом, анализ показал, что функционирование прецедентных имен зависит не только от когнитивных и культурных, но и от дискурсивных факторов.

Ключевые слова: прецедентное имя; прецедентные феномены; интертекстуальность; СМИ Великобритании; дискурс СМИ; литературные персонажи.

Благодарности: Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 01-234-56789.

1. Введение

Отличительной чертой современной массовой коммуникации является активное использование прецедентных имен (далее — ПИ) [Богоявленская, 2015; Будаев, 2019; Гудков, 2020; Зырянова, 2016; Нахимова, 2011]. Согласно определению В. В. Красных, ПИ — «индивидуальное имя, связанное или с широко известным текстом (например, Печорин, Теркин), или с прецедентной ситуацией (например, Иван Сусанин, Стаханов). Это своего рода сложный знак, при употреблении которого в коммуникации осуществляется апелляция не к собственно денотату (в другой терминологии — референту),

а к набору дифференциальных признаков данного ПИ» [Красных, 2002, с. 172].

2. Материал и методика исследования

В качестве материала для настоящего исследования послужили ...

В настоящей работе используется методика исследования ПИ, объединяемых сферой-источником «Литературные персонажи».

3. Анализ

Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст.

Таблица 1 – Название таблицы

U	A (%)	B (%)
X	8	14,6
Y	92	85,4
Всего:	100	100

Текст. Текст.

4. Заключение

Итак, наши наблюдения показывают, что сфера-источник «Литературные персонажи» является наиболее востребованным ресурсом прецедентности в СМИ Великобритании (26 % от общего корпуса примеров ПИ). Особенность функционирования ПИ из данной сферы-источника заключается в том, что...

Список литературы

Богданович, Г. Ю. Библейские мотивы как источник формирования медийного образа Крыма / Г. Ю. Богданович, Е. А. Нахимова, Н. А. Сегал. – Текст : непосредственный // Язык и культура. – 2019. – № 47. – С. 8–20.

Гудков, Д. Б. Люди и звери. Русские прецедентные имена и зоонимы в национальном мифе. Лингвокультурологический словарь / Д. Б. Гудков. – Москва : Ленанд, 2020. – 200 с. – Текст : непосредственный.

Budaev, E. V. Transformations of precedent text: Metaphors We Live by in academic discourse / E. V. Budaev, A. P. Chudinov. – Текст : непосредственный // Voprosy Kognitivnoy Lingvistiki. – 2017. – Vol. 1. – P. 60–67.

Kennedy, V. Intended tropes and unintended metatropes in reporting on the war in Kosovo / V. Kennedy. – Текст : непосредственный // Metaphor and Symbol. – 2000. – Vol. 15. – № 4. – P. 252–265.

LITERARY CHARACTERS AS A SOURCE DOMAIN OF PRECEDENT NAMES IN THE UK MEDIA

A. B. Ivanov

Nizhny Tagil State Social Pedagogical Institute (branch)
of the Russian State Vocational Pedagogical University
Nizhny Tagil, Russia
ivanov@gmail.com

P. N. Petrov

Ural State Pedagogical University
Yekaterinburg, Russia
petrov@gmail.com

Abstract. The article deals with precedent names from the source domain “Literature” in the UK media (The Guardian, The Times, The Daily Mail, The Daily Telegraph, The Independent) over the past ten years (2010–2019). The methods of cognitive-discourse analysis and cultural description of language were used to study the precedent names. It is concluded that the source domain “Literary characters” is the most demanded source of precedent names in the British media (26 % of the total body of examples, which is 400 precedent names). It was revealed that British journalists regularly refer to the names of characters from the classical works of English literature in their texts. At the same time, it is shown that the leading place in terms of frequency of actualization and productivity is occupied by precedent names that have become popular in recent decades and which primarily refer to the characters of J. Rowling's Harry Potter novels. Thus, the analysis showed that the functioning of precedent names depends not only on cognitive and cultural, but also on discursive factors.

Key words: precedent name; precedent phenomena; intertextuality; UK media; media discourse; literary characters.

Acknowledgments: The reported study was funded by RFBR according to the research project № 01-234-56789

References

- Bogdanovich, G. Yu., Nakhimova, E. A., & Segal N. A. (2019). Bibleyskiye motivy kak istochnik formirovaniya mediynogo obraza Kryma [Biblical motives as the source of the creation of media image of the Crimea]. *Yazyk i kultura*, 47, 8–20.
- Budaev, E. V., & Chudinov, A. P. (2017). Transformations of precedent text: Metaphors We Live by in academic discourse. *Voprosy Kognitivnoy Lingvistik*, 1, 60–67.
- Gudkov, D. B. (2003). *Teoriya i praktika mezhkulturnoy kommunikatsii* [Theory and Practice of Intercultural Communication]. Moscow: Gnozis.

Kennedy, V. (2000). Intended tropes and unintended metatropes in reporting on the war in Kosovo. *Metaphor and Symbol*, 15, 252–265.