

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Саратовский национальный исследовательский государственный университет
имени Н. Г. Чернышевского»



ЖАНРЫ РЕЧИ

Международный научный журнал

Издается с 1997 года
Выходит 4 раза в год
Саратов (Россия)

2018 № 3 (19)

Speech Genres

International Journal

Published from 1997
4 issues per year
Saratov (Russia)

- Журнал зарегистрирован в Федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций. Свидетельство о регистрации СМИ ПИ № ФС77-56513 от 24 декабря 2013 г.
- Журнал включен в Перечень рецензируемых научных изданий, в которых должны быть опубликованы основные результаты диссертаций на соискание ученой степени кандидата наук, на соискание ученой степени доктора наук (№ 2190 в Перечне ВАК по состоянию на 01.12.2017)
- Журнал размещён на платформе Российского индекса научного цитирования (РИНЦ) Российской универсальной научной электронной библиотеки
- Журнал включен в каталог «Пресса России», подписной индекс 70771
- Сайт журнала: <http://zhanry-rechi.sgu.ru/>

ISSN 2311-0740 (Print)
ISSN 2311-0759 (Online)

© Саратовский государственный университет, 2018

Редакционная коллегия

Главный редактор

В. В. Дементьев, доктор филол. наук, проф. (Саратов, Россия)

Заместитель главного редактора

Л. В. Балашова, доктор филол. наук, проф. (Саратов, Россия)

Ответственный секретарь

К. В. Владимирская (Саратов, Россия)

Члены редакционной коллегии:

- В. М. Алтатов*, доктор филол. наук, проф. (Москва, Россия)
Ст. Гайда, доктор филол. наук, проф. (Ополе, Польша)
Е. И. Горошко, доктор филол. наук, проф. (Харьков, Украина)
М. Еленевская, доктор филологии, проф. (Хайфа, Израиль)
Е. Г. Елина, доктор филол. наук, проф. (Саратов, Россия)
В. И. Карасик, доктор филол. наук, проф. (Волгоград, Россия)
Р. Лакофф, доктор филологии, проф. (Беркли, США)
Т. В. Ларина, доктор филол. наук, проф. (Москва, Россия)
Э. Лассан, доктор филол. наук, проф. (Каунас, Литва)
В. А. Маслова, доктор филол. наук, проф. (Витебск, Беларусь)
А. Мустайоки, доктор филологии, проф. (Хельсинки, Финляндия)
Б. Ю. Норман, доктор филол. наук, проф. (Минск, Беларусь)
Н. В. Орлова, доктор филол. наук, проф. (Омск, Россия)
Б. Питерс, доктор филологии, проф. (Канберра, Австралия)
В. В. Прозоров, доктор филол. наук, проф. (Саратов, Россия)
Р. Ратмайр, доктор филологии, проф. (Вена, Австрия)
В. А. Салимовский, доктор филол. наук, проф. (Пермь, Россия)
О. Б. Сиротинина, доктор филол. наук, проф. (Саратов, Россия)
А. П. Сквородников, доктор филол. наук, проф. (Красноярск, Россия)
Т. И. Стеклова, доктор филол. наук, проф. (Новосибирск, Россия)
З. К. Темиргазина, доктор филол. наук, проф. (Павлодар, Казахстан)
Хуан Мэй, доктор филол. наук, проф. (Пекин, КНР)
Т. В. Шмелёва, доктор филол. наук, проф. (Великий Новгород, Россия)

Editorial Board

Editor-in-Chief

Vadim V. Dementyev, Ph.D., Prof. (Saratov, Russia)

Deputy Editor-in-Chief

Lubov' V. Balashova, Ph.D., Prof. (Saratov, Russia)

Executive Secretary

Kseniya V. Vladimirskaia (Saratov, Russia)

Members of the Editorial Board:

Vladimir M. Alpatov, Ph.D., Prof. (Moscow, Russia)

Elena G. Elina, Ph.D., Prof. (Saratov, Russia)

Stanisław Gajda, Ph.D., Prof. (Opole, Poland)

Olena I. Goroshko, Ph.D., Prof. (Kharkov, Ukraine)

Vladimir I. Karasik, Ph.D., Prof. (Volgograd, Russia)

Robin Lakoff, Ph.D., Prof. (Berkeley, USA)

Tat'yana V. Larina, Ph.D., Prof. (Moscow, Russia)

Eleonora Lassan, Ph.D., Prof. (Kaunas, Lithuania)

Valentina A. Maslova, Ph.D., Prof. (Vitebsk, Belarus)

Mei Huang, Ph.D., Prof. (Beijing, China)

Arto Mustajoki, Ph.D., Prof. (Helsinki, Finland)

Boris Y. Norman, Ph.D., Prof. (Minsk, Belarus)

Natalia V. Orlova, Ph.D., Prof. (Omsk, Russia)

Bert Peeters, Ph.D., Prof. (Canberra, Australia)

Valeri V. Prozorov, Ph.D., Prof. (Saratov, Russia)

Renate Rathmayr, Ph.D., Prof. (Vienna, Austria)

Tat'yana V. Shmelyova, Ph.D., Prof. (Velikiy Novgorod, Russia)

Vladimir A. Salimovsky, Ph.D., Prof. (Perm, Russia)

Olga B. Sirotinina, Ph.D., Prof. (Saratov, Russia)

Alexandr P. Skovorodnikov, Ph.D., Prof. (Krasnoyarsk, Russia)

Tatiana I. Steksova, Ph.D., Prof. (Novosibirsk, Russia)

Zifa K. Temirgazina, Ph.D., Prof. (Pavlodar, Kazakhstan)

Maria Yelenevskaya, Ph.D., Prof. (Haifa, Israel)

СОДЕРЖАНИЕ

Общие проблемы теории речевых жанров

- Е. Г. Елина**
Саратов, Россия
М. А. Фризен
Ганновер, Германия
- «Новая грамотность», «новая неграмотность» и речевые жанры 168
- Е. В. Старостина,**
О. В. Кожара
Саратов, Россия
- Вербальные ассоциации как дополнительный источник материала при комплексном исследовании речевых жанров 172

Исследования отдельных жанров

- Т. И. Стексова,**
Ю. В. Крылов
Новосибирск, Россия
- Новая жизнь старого жанра: к проблеме вариативности жанра (на материале лозунга и слогана) 179
- Д. А. Алексеева**
Саратов, Россия
- Социально-экономическая метафора в жанрах положительного и отрицательного эмоционального воздействия 189

Жанры в художественном творчестве

- В. В. Прозоров**
Саратов, Россия
- Профессионально-критическое высказывание как речевой жанр 195
- И. Ю. Иванюшина**
Саратов, Россия
- Жанр самопрезентации в лирике русского футуризма 203
- Н. В. Новикова**
Саратов, Россия
- Художественно-беллетристический отдел журнала «Заветы» (1912–1914): жанровое разнообразие прозы 210

Интернет-жанры

- К. М. Шилихина**
Воронеж, Россия
- Лексические маркеры жанров интернет-коммуникации 218

Жанры в фило- и онтогенезе

- Н. В. Орлова,**
М. Х. Иسنова
Омск, Россия
- Жанровый срез инкультурации младшего школьника 226

Рецензии. Обзоры. Хроника

- Е. В. Крюкова**
Москва, Россия
- Развитие основных лингвистических и речевых компетенций языка профессии в сфере политологии, мировой политики и международных отношений 234
- О международной научной конференции «Жанры речи и “Жанры речи”» (отклики участников и гостей конференции) 238

CONTENTS

General Problems of the Speech Genres Theory

- Elena G. Elina** "New Literacy", "New Illiteracy" and the Genres of Speech 168
Saratov, Russia
Marina A. Frizen
Hannover, Germany

- Evgenija V. Starostina,** Verbal Associations as a Complementary Source
Olesia V. Kozhara of Material in Complex Study of Speech Genres 172
Saratov, Russia

Studies of Individual Genres

- Tatiana I. Steksova,** New Life of the Old Genre: to the Problem of Variability
Yuri V. Krylov in the Genre 179
Novosibirsk, Russia

- Dina A. Alexeeva** Socio-economic Metaphor in the Genres of Positive
Saratov, Russia and Negative Emotional Impact 189

Genres in Art

- Valeri V. Prozorov** Professional-critical Utterance as a Speech Genre 195
Saratov, Russia

- Irina Yu. Ivanyushina** The Genre of Self-presentation in the Poetry of the Russian
Saratov, Russia Futurism 203

- Natalya V. Novikova** Art and Fictional Department of the Zavety Magazine
Saratov, Russia (1912–1914): Genre Variety of Prose 210

Internet Genres

- Ksenia M. Shilikhina** Lexical Markers of the Online Communication Genres 218
Voronezh, Russia

Genres in Philo- and Ontogenesis

- Natalia V. Orlova,** Inculturation Primary School Children Genre Slice 226
Marya Kh. Isenova
Omsk, Russia

Reviews. Chronicle

- Elena V. Kryukova** The Development of Basic Linguistic Speech and Genre
Moscow, Russia Competencies of the Language of the Profession
in the Field of Political Science, World Politics
and International Relations 234

- About the International Conference «Speech Genres
and "Speech Genres"» (responses of the participants
and guests of the conference) 238

ОБЩИЕ ПРОБЛЕМЫ ТЕОРИИ РЕЧЕВЫХ ЖАНРОВ

УДК 811.161.1'271.16

ББК 81.2Рус

DOI: 10.18500/2311-0740-2018-3-19-168-171

Е. Г. Елина
Саратов, Россия
М. А. Фризен
Ганновер, Германия

Elena G. Elina
Saratov, Russia
Marina A. Friesen
Hannover, Germany

«НОВАЯ ГРАМОТНОСТЬ», «НОВАЯ НЕГРАМОТНОСТЬ» И РЕЧЕВЫЕ ЖАНРЫ

“NEW LITERACY”, “NEW ILLITERACY” AND THE GENRES OF SPEECH

В статье рассматривается влияние лингвистических и технических предпосылок на развитие речевого жанра «Маяк», а также описываются цель и коммуникативные задачи этого жанра речи, его форма бытования, регистр речи. Приводится первичная классификация условно-письменных сообщений «Маяка»: текстовое и нетекстовое наполнение, собственный или заимствованный контент. Прослеживаются изменения языковой нормы и приход к новой грамотности: от языковой экономии СМС до использования графического словаря эмодзи. Авторы также обращаются к понятию «новая неграмотность» и выделяют четыре типа: рецептивная (пассивная) неграмотность, продуктивная (активная) неграмотность, функциональная неграмотность и псевдо-неграмотность.

Ключевые слова: жанр речи «Маяк», «новая грамотность», новая неграмотность, псевдо-неграмотность, продуктивная (активная) неграмотность, рецептивная (пассивная) неграмотность, риторическая функция неграмотности, символическая функция неграмотности, условно-письменное сообщение, эмодзи как графический словарь.

In this article, the two co-authors reflect on the linguistic and technical influences on the emerging speech genre, “The Lighthouse”. They describe its purpose and its communicative objectives, its environment and its register. The paper offers a general classification of quasi-written messages of the “Lighthouse”: textual and non-textual content, personal and loan content. The paper looks at the changes in the linguistic standards and the arrival of the “new literacy”, from the language economy of the SMS to the use of emoji as a graphic dictionary. The authors also turn to the idea of the “new illiteracy” and identify four types: receptive (passive) illiteracy, productive (active) illiteracy, functional illiteracy and pseudo-illiteracy.

Key words: speech genre “The Lighthouse”, “new literacy”, new illiteracy, pseudo-illiteracy, productive (active) illiteracy, receptive (passive) illiteracy, rhetorical function of illiteracy, symbolic function of illiteracy, quasi-written message, emoji as a graphic dictionary.

Сведения об авторах: Елина Елена Генриховна, доктор филологических наук, профессор кафедры общего литературоведения и журналистики.

Место работы: Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н. Г. Чернышевского.

E-mail: elinaeg@info.sgu.ru

ORCID 0000-00020-9797-3145

Фризен Марина Александровна, дипломированный филолог-русист, магистр немецкой и английской лингвистики и медийной педагогики, преподаватель в высших учебных заведениях и центрах повышения квалификации в г. Ганновер, Германия.

E-mail: marina.friesen@tri-office.de

ORCID 0000-0002-3310-3714

About the authors: Elina Elena Genrikhovna, Doctor of Philology, Professor of the Department of General Literary Studies and Journalism.

Place of employment: Saratov State University.

E-mail: elinaeg@info.sgu.ru

ORCID 0000-00020-9797-3145

Friesen Marina Alexandrovna, Dipl. Phil. in Russian Studies, MA in German and English Linguistics and Media Pedagogy, teaches in colleges and centres of continuing professional education in Hanover, Germany.

E-mail: marina.friesen@tri-office.de

ORCID 0000-0002-3310-3714

Понятие «новой грамотности», введенное в научный оборот британскими лингвистами в 1990-е гг. [1], сегодня становится очень популярным не только у филологов, но и

у культурологов, философов, психологов, социологов, представителей компьютерных наук. В осмыслении педагогической науки «новая грамотность» по понятным причинам приобре-

тает широкий дидактический смысл. И если появление новых информационных технологий на рубеже веков позволяло трактовать «новую грамотность» прежде всего как появление новых форм письменной коммуникации, требующее своего научного описания, то сегодня «новая грамотность» в глазах сторонников традиционных форм письма *противоречит* грамотности старой и влечет за собой новые формы *неграмотности*. Практика новой грамотности, объясняемая чаще всего необходимой экономией, удобством пользователей, их возрастом и привычкой к доступной визуализации сообщений, легко и свободно из области СМС-сообщений переносится сначала в область социальных сетей, а затем и в любые другие виды письменных текстов, не говоря уже об устной речи.

Сегодня в науке и медийной сфере «новой грамотностью» все чаще называют сложившиеся за два десятилетия определённые конвенции использования языка в рамках конкретной технологии. Что изменилось за эти 20 лет? Если в начале века длина кириллического СМС ограничивалась семьюдесятью знаками (160 знаков для латиницы), то сегодня этого правила придерживаются всё меньшее количество пользователей, благодаря технической свободе, позволяющей незаметно организовывать несколько СМС в единый текст. Однако принцип необходимого и достаточного, столь творчески освоенный отправителями СМС 10–20 лет назад, до сих пор остался актуальным и для интернет-базированных сообщений, таких как Facebook, Viber, WhatsApp. СМС-язык отбрасывает *лишние* буквы («пжлст»), использует логограммы («7естр», «b4»=before), смайлики («:-)))» – very very happy), акронимы («OMG» – Oh my God!) [2], а также производит массу прочих менее успешных экспериментов в попытке преодоления технологического несовершенства¹.

Параллельно мы наблюдаем развитие и другой тенденции: всё большее количество пользователей осваивают нетекстовые функции мессенджеров (WhatsApp, Viber). Это графический словарь с эмодзи («рожицами»), символами и знаками; аудио-, фото- и видео-запись, рисование, стикеры и т.п. Эти функции создают плодотворную почву для развития нового жанра речи. Назовём его условно «Маяк». Перечислим некоторые его элементы.

Цель нового речевого жанра: подать признак жизни, показать своё расположение к

адресату сообщения, готовность к контакту при отсутствии реального коммуникативного повода. Маяк чем-то напоминает заполнители пауз в разговорной речи, известные формулы установления контакта, например, поверхностные комментарии о погоде в лифте, в котором случайно оказались два малознакомых человека. Появившись благодаря новым технологиям, Маяк выполняет иные функции и проявляется в иных формах, не только языковых.

Основная форма использования Маяка – условно-письменное² сообщение через интернет-базированный сервис.

Наполнение Маяка может быть текстовым («Зайка, как дела?») и нетекстовым: от нашего корреспондента мы можем получить того же зайку в виде 🐰, а также 🐱, 🐼 и т. п. или фотоавтопортрет, обычно называемый «селфи». В качестве наполнения Маяка может использоваться и заимствованный контент, который через акт адресации приобретает индивидуально-авторские черты. Это может быть анекдот, мем, известная получателю цитата, скопированная (чаще всего из соцсетей) «мудрая» мысль («Лучше один раз взяться за ум, чем всю жизнь хвататься за голову»), глубокомысленно звучащее, но чаще всего банальное назидание («Если ребенок в беде, закрой рот и открой объятия»), простой совет по достижению максимально удачного результата, так называемый «лайф-хак» («Чтобы быстрее высушить лак, опустите ногти в холодную воду на три минуты. Он полностью высохнет за это время»). Ничего общего с желанием действительно удивить, помочь, посоветовать Маяк не имеет, поскольку информативная задача у Маяка отсутствует: сообщение отправляется только для поддержания или укрепления контакта.

Жанр Маяк мы относим к неформальному регистру речи, к разговорному стилю. Сфера употребления Маяка – круг друзей, знакомых, семья, потенциальные друзья, то есть люди, оказавшиеся в списке контактов (иногда даже добавленные без активного участия человеческого сознания логикой алгоритма очередной соцсети), но ещё не вошедшие в ближний круг в реальной жизни. Использование Маяка может привести к развёрнутому диалогу или последующему телефонному разговору, личной встрече, а может и не иметь никакого продолжения в случае «новой неграмотности» получателя. Нередко Маяк обладает и романтическим потенциалом.

¹ На кнопочном телефоне, чтобы набрать слово «стол», надо было нажать на кнопку дважды, чтобы получилось «с», подождать, нажать трижды, чтобы получилось «т», затем трижды, чтобы получилось «о», нажать четыре раза, чтобы получилось «л».

² Условно-письменное, поскольку сообщением может являться не только письменный текст, но и устный (аудио-запись), и даже вообще не текст. Подробнее об этом ниже.

Итак, мы уже сказали, что «новая грамотность» порождает «новую неграмотность». Сегодня мы готовы выделить четыре основных типа этого социально-лингвистического явления.

1. *Рецептивная (пассивная) неграмотность*, связанная с неумением декодировать сообщения (например, расшифровать аббревиатуры, уловить смысл эмодзи: что означает ☹️? «не знаю, надо подумать» или «целую»? Как правило, этот вид неграмотности связан с недостаточным опытом пользования новыми технологиями. В случае получения сообщения в жанре «Маяк» человек, скорее всего, не поймёт, что имелось в виду и или никак не отреагирует (коммуникативный акт не состоялся), или задаст уточняющий вопрос (коммуникативный акт пойдёт по другому скрипту). «Новая грамотность» – это новая система, которая требует изучения. Овладеть новой грамотностью возможно при регулярном контакте с другим носителем «новой грамотности» и открытом отношении к языковым новациям.

2. *Продуктивная (активная) неграмотность*. Здесь мы имеем в виду неумение оценить степень сокращаемости слов и грамматических конструкций так, чтобы они тем не менее были понятны адресату. Текст может быть сокращён до неузнаваемости; текст может быть набран во время ходьбы или движения транспорта, и тогда он часто содержит опечатки, искажающие аббревиатуры или удлиняющие языковые элементы, буквы из нижнего ряда вместо знака пробела. Есть множество фактов ошибочной интерпретации в использовании графических элементов. Например, 🙈 часто используется, чтобы показать смущение, однако на самом деле это мифологический образ, символизирующий секрет, тайну, и входит в триаду «ничего не вижу, ничего не слышу, ничего не скажу» (🙈👂👄), или «X» (в некоторых субкультурах символизирует поцелуй, однако часто используется просто как формальный маркер конца сообщения). Этот вид неграмотности легко устраняется при личном контакте, когда появляется возможность переспросить и прояснить утерянные элементы смысла.

Хочется подчеркнуть, что этот вид «новой неграмотности» не связан с такими общими тенденциями современного языка, как расшатывание орфографических и орфоэпических норм, смешение стилей, сдвиги в словоупотреблении, нарушение грамматических норм, орфографическая некомпетентность.

3. *Функциональная неграмотность*, когда происходит неконтролируемый перенос правил «новой грамотности» за пределы определённой технологии (использование смайликов,

особенно развёрнутых на 90 градусов, в рукописных текстах; использование нестандартных сокращений в традиционных языковых стилях (деловом, научном); использование элементов «новой грамотности» в неприспособленных для этого речевых жанрах («Извините, Елена Генриховна, я сегодня опять немного опоздаю ☹️»).

Такой вид неграмотности вполне может быть воспринят как нарушение этикета, недостаточное владение коммуникативными нормами, даже как намеренное проявление неуважения.

4. *Псевдонеграмотность*, которая хорошо известна нам по разговорной речи знатоков языка, намеренно нарушающих правила, искажающих слова, пародирующих речевые ошибки, смешивающих стили для создания иронического эффекта.

Новая «псевдонеграмотность» выполняет и риторическую функцию: она нарочито используется для создания комического эффекта, это способ коммуникативной игры. Примерами являются такие коммуникативные акты, как пантомимное изображение эмодзи (🙈), использование расхожих интернет-сокращений в устной и письменной речи («сча» или ща=сейчас, «оч»=очень, «поч»=почему, «BFF»=best friends forever), адаптация к новому контексту крылатых выражений («проблемы с цигель: завтра сдавать»), создание *наивных* мемов или мемов на невозможном стыке старых и новых технологий (кадр из советского мультфильма, изображающий наливное яблочко на серебряном блюдечке с подписью: «Первый русский планшет. Стив Джобс спёр не только идею, но и название Apple»).

Однако новая «псевдонеграмотность» может выполнять и другую, символическую функцию. Это дань моде, модели речевого поведения, принятого внутри одной группы. В русском языке благодаря креативным заимствованиям и «народным» переводам новые формы возникают именно как знак принадлежности к *своим*, поэтому мы полагаем, что их следует относить к жаргонизмам. Примерами являются переделки английских слов и выражений: «сорян» (sorry), ИМХО (калька с английского In My Humble Opinion, но с нецензурной вставкой: имею мнение, *вряд ли* оспоришь).

Границы между «новой грамотностью» и «новой неграмотностью» динамичны и нечётки, здесь постоянно всплывают новые окна возможностей, но могут таиться и новые проблемы. Так, в процессе общения может выясниться, что один из собеседников, например, не приемлет текст без знаков препинания. Или, скажем, молодыми носителями новой грамотности не учитываются принятые нормы диалога с человеком, старшим по возрасту.

Студент может обратиться к преподавателю в СМС-сообщении: «Привет!» «Добрый день!», либо не обратиться вообще. При этом в устном общении все элементы этикета могут быть соблюдены. Два участника СМС-диалога воспринимают текст такого сообщения принципиально по-разному.

Очень интересным представляется вопрос о взаимосвязи «новой грамотности» с процессами, происходящими в современном языке, например, такими как расширение лексики путём заимствований или модернизация значений существующих слов. Вопросы языковой нормы, лингвистического этикета, новых коммуникационных кодов и речевых жанров могут решаться самыми разными исследовательскими методами, среди которых, как нам представляется, существенные результаты может дать междисциплинарный подход.

Очевидно, что «новая грамотность» будет прирастать новыми речевыми явлениями вплоть до создания новых жанровых образований в полной гармонии с развитием новых

технологий, каждая из которых в отдельности и все вместе будут поставлять новые исследовательские объекты. Ясно и то, что явление «новой грамотности» будет всегда порождать некие формы «новой неграмотности», которые следует воспринимать и интерпретировать по законам языковой толерантности, то есть замечая, фиксируя и анализируя процессы вне категории осуждения.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Buckingham D. Towards new literacies, information technology, English and media education // *The English and Media Magazine*. 1993. Summer. P. 20–25.
2. Crystal D. *Txtng. The gr8 db8*. N.Y.: Oxford University Press, 2009. 239 p.

REFERENCES

1. Buckingham D. Towards new literacies, information technology, English and media education. *The English and Media Magazine*, 1993, Summer, pp. 20–25.
2. Crystal D. *Txtng. The gr8 db8*. New York, Oxford University Press, 2009. 239 p.

Статья поступила в редакцию 17.01.2018

БИБЛИОГРАФИЧЕСКОЕ ОПИСАНИЕ СТАТЬИ

Елина Е. Г., Фризен М. А. «Новая грамотность», «новая неграмотность» и речевые жанры // *Жанры речи*. 2018. № 3 (19). С. 168–171. DOI: 10.18500/2311-0740-2018-3-19-168-171

For citation

Elina E. G., Frisen M. A. “New Literacy”, “New Illiteracy” and the Genres of Speech. *Speech Genres*, 2018, no. 3 (19), pp. 168–171. DOI: 10.18500/2311-0740-2018-3-19-168-171

УДК 81.23.37

ББК 81-5

DOI: 10.18500/2311-0740-2018-3-19-172-178

Е. В. Старостина,
О. В. Кожара
Саратов, Россия

**ВЕРБАЛЬНЫЕ АССОЦИАЦИИ
КАК ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЙ ИСТОЧНИК
МАТЕРИАЛА ПРИ КОМПЛЕКСНОМ
ИССЛЕДОВАНИИ РЕЧЕВЫХ ЖАНРОВ**

В статье рассматривается проблема выявления феномена речевого жанра в сознании носителя языка. Обсуждается комплексный подход к исследованию речевых жанров, предполагающий обращение к разнородным источникам материала, в том числе к данным ассоциативных словарей. Детально рассматриваются возможности использования материала вербальных ассоциаций в аспекте решения таких проблем, как становление жанровой компетенции языковой личности и определение актуального набора речевых жанров носителя языка, а также проблемы имени речевого жанра. Авторы обосновывают эффективность методики анализа статей обратного ассоциативного словаря и применяют ее для исследования многозначных слов, которые могут выступать названиями речевых жанров в одном из своих значений. Анализ стимулов, на которые даются реакции именами жанров, такими как «ссора», «ответ», «совет», позволил выявить, во-первых, насколько актуальным является значение определенного слова как речевого жанра для носителя языка, во-вторых, как соотносится представление семантической структуры слова в толковом словаре с его многозначностью в ассоциациях. На основе данного исследования семантических структур слов могут быть сделаны некоторые заключения о взаимосвязи таких близких явлений, как речевое событие, речевое действие, речевой поступок и речевой жанр.

Ключевые слова: речевые жанры, речевое событие, ассоциативный словарь, вербальные ассоциации, психолингвистика, когнитивная лингвистика, многозначность, лексикографическое и психолингвистическое значение слова.

Сведения об авторах: Старостина Евгения Владимировна, кандидат филологических наук, доцент кафедры теории, истории языка и прикладной лингвистики.

Место работы: Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н. Г. Чернышевского.

E-mail: sev79@list.ru

ORCID 0000-0001-7532-2950

Evgenija V. Starostina,
Olesia V. Kozhara
Saratov, Russia

**VERBAL ASSOCIATIONS
AS A COMPLEMENTARY SOURCE
OF MATERIAL IN COMPLEX STUDY
OF SPEECH GENRES**

The article regards the problem of speech genre's revelation in the mind of language speaker. In this respect, it proposes the complex approach to the investigation of speech genres which relies on the use of various sources of material including the data of associative experiment presented in the associative dictionary. The value of associative data is fully discussed in relation with such problems as the acquisition of speech genres by language speaker and their actual range in what they call "the genre competence"; it is also considered to be relevant to the problem of speech genre name. The authors prove the effectiveness of method by which the stimuli evoking the certain reactions are analysed in the investigation of polysemous words denoting speech genres in one of their senses. Based on the analysis of verbal associations for such words as "ссора" ("a row, quarrel"), "ответ" ("an answer"), "совет" ("an advice") some essential conclusions can be drawn. Firstly, it can be established if a certain name is relevant for language speaker as a name of speech genre. Secondly, we may find in what the representation of structure of the studied polysemous words in the dictionary differs from that constructed on the basis of the associations of speakers. These conclusions may lead to the further statements on the true relations of such phenomena as speech event, speech act, speech action and speech genre.

Key words: speech genres, speech events, associative dictionary, verbal associations, psycholinguistics, cognitive linguistics polysemy, lexicographic and psycholinguistic word meaning.

About the authors: Starostina Evgenija Vladimirovna, Ph.D., Associate Professor of the Department of Language Theory, History and Applied Linguistics.

Place of employment: Saratov State University.

E-mail: sev79@list.ru

ORCID 0000-0001-7532-2950

Кожара Олеся Владимировна, аспирант кафедры теории, истории языка и прикладной лингвистики. Место работы: Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н. Г. Чернышевского.
E-mail: okozhara@mail.ru
ORCID 0000-0002-5469-7486

Kozhara Olesia Vladimirovna, Postgraduate student of the Department of Language Theory, History and Applied Linguistics.
Place of employment: Saratov State University.
E-mail: okozhara@mail.ru
ORCID 0000-0002-5469-7486

Многие исследователи отмечают, что современное жанроведение активно взаимодействует с различными смежными лингвистическими дисциплинами, такими, например, как психолингвистика и когнитивная лингвистика. В рамках такого рода взаимодействия чаще всего рассматриваются проблемы жанровой компетенции личности и связь жанра и культуры (при этом культура не обязательно понимается как культура национальная, существуют также различные внутринациональные типы культур) [1 : 30; 2 : 48].

В то же время в настоящее время идет активный поиск нового материала для изучения РЖ, такого материала, который обеспечил бы в том числе возможность комплексного подхода к исследованию жанровой организации речи. Так, В. В. Дементьев и Н. Б. Степанова отмечают, что сейчас внимание исследователей РЖ сосредоточивается не только на художественных текстах, но и «на текстах электронной коммуникации, в отличие от художественных, реальных, а не искусственных, но совершенно очевидно имеющих свою очень существенную специфику (в сравнении и с устной, и с письменной неинтернет-коммуникацией» [3 : 32]. Кроме того, новым источником материала, который исследователи считают возможным использовать для получения разного рода информации о РЖ, являются корпусные базы данных, подлежащие изучению в том числе и с помощью методов корпусной лингвистики. Исследователи отмечают, что разработанной корпусной методикой изучения жанров речи пока нет, однако это скорее плюс, поскольку намечаются перспективы новых исследований [3 : 32].

В. Е. Гольдин, рассуждая о возможных источниках изучения РЖ, отмечает, что «комплексный подход к исследованию жанров и речевых событий диктует необходимость выбора соответствующих источников и специальной организации материала. Он может опираться на сплошной анализ больших массивов непрерывной коммуникации, использовать многоканальную фиксацию социального взаимодействия, привлекать в качестве источников различного рода знаковые отражения коммуникативных процессов, в том числе средствами искусства, возможно, – и другие источники» [4 : 11].

Исследователь предлагает в качестве источника материала использовать в том числе данные ассоциативных экспериментов, собранные и обобщенные в ассоциативных словарях. Методика изучения жанровой организации речи в составе коммуникации как целого предложена в работе В. Е. Гольдина и О. Н. Дубровской и заключается в том, что путем анализа статей обратного ассоциативного словаря (который содержит данные о том, на какие именно стимулы были даны те или иные реакции) выявляются «некоторые актуальные жанрово-событийные контуры коммуникации» той или иной группы носителей языка [4 : 11].

Используя материалы Ассоциативного словаря саратовских школьников (АСШС), В. Е. Гольдин и О. Н. Дубровская отобрали наиболее частотные реакции и выделили в этой частотной зоне использованные школьниками имена жанров. Результаты отбора показали, что школьники в качестве реакций дают названия **художественных жанров** (*песня, сказка, анекдот, рассказ, стихи*), имена разновидностей **официальных документов** (*паспорт, диплом, билет*), имена **жанров официально-деловой речи** (*жалоба, доклад, договор, документ*), номинации **учебных жанров письменного характера** (*сочинение, диктант*), имена **коммуникативных действий** и соответствующих им простых **коммуникативных событий** (*вопрос, отказ, просьба, согласие, запрет, приглашение, шутка, прикол*). Как отмечают исследователи, «поскольку круг данных речевых жанров и событий очерчен не произвольно, как это нередко бывает, а на основе результатов ассоциативных экспериментов, то выделился достаточно реальный, на наш взгляд, коммуникативный комплекс, обладающий внутренним единством и относительной целостностью» [4 : 17].

Удачный пример использования ассоциативного материала для описания таких речевых событий, как *разговор* и *беседа*, представлен в работе Н. Б. Степановой [5]. Применение метода фреймового анализа прямых и обратных статей «Русского ассоциативного словаря» позволило автору прийти к важным выводам о том, что сходная фреймовая структура рассмотренных полей обусловлена в том

числе тем, что и разговор, и беседа являются речевыми событиями, занимающими важное место в личной сфере носителя языка [5 : 308].

Достоинства ассоциативного материала как источника разнообразной информации – не только лингвистической, но и экстралингвистической, прагматической, культурологической и т. д. – неоднократно подчеркивались исследователями. Анализ вербальных ассоциаций зачастую позволяет выявить информацию, которая не может быть получена иным путем (например, путем анализа иного лингвистического материала). Так, Р. М. Фрумкина отмечает следующее: анализируя результаты массовых ассоциативных экспериментов, мы имеем возможность «осмыслить скрытые установки информантов и структуру их ценностей через их ассоциации» [6 : 195]. По мнению автора, «ассоциации отражают содержательное подсознательных слоев психики», поэтому дают представление не о том, что «думают» испытуемые о том или ином явлении, стоящем за стимулом, а о том, что они «чувствуют» по его адресу [6 : 202].

На наш взгляд, ассоциативный материал позволяет, во-первых, получить объективную информацию о том, какой набор актуальных РЖ существует в сознании носителей языка, а во-вторых, ответить на вопрос о том, как именно эти РЖ представлены в языковом сознании.

В настоящем исследовании представлены результаты анализа обратного тома «Русского ассоциативного словаря» под редакцией Ю. Н. Караулова – РАС [7] по методике, предложенной В. Е. Гольдиным. Из всего массива реакций нами были отобраны частотные реакции (под наиболее частотными реакциями понимались те, которые были даны на те или иные стимулы более чем 100 раз), являющиеся именами РЖ и речевых событий.

В результате был получен следующий набор РЖ и речевых событий:

- имена **художественных и близких к ним жанров** – *рассказ (489)¹, песня (376), сказка (388), роман (357), анекдот (218), стих (143), стихи (169)*;
- имена **жанров деловой письменности** – *договор (220), приказ (204), доклад (122)*;
- **названия документов** – *билет (571), документ (333), паспорт (263)*;
- имена **коммуникативных действий** и соответствующих им простых **коммуникативных событий, имена бытовых жанров** – *вопрос (1296), разговор (1228), ответ (1035), письмо (1153), ложь (621), встреча (395), вранье (328), сплетни (289), совет*

(273), предложение (144), спор (128), ссора (120), шутка (120), согласие (101);

- имена **риторических жанров** – *слово (684), речь (275)*;
- имена **жанров речи и речевых событий, связанных с учебой**, – *ответ (1035)², урок (767), экзамен (677), лекция (151)*.

Хотелось бы сразу отметить, что данный список не претендует на полноту и точность. Многие явления, такие, к примеру, как *ложь* и *вранье*, вероятнее всего, не являются именами речевых жанров, поскольку обозначают определенный тип поведения, поступка, но данные реакции были включены нами в список потому, что *ложь (вранье)* рассматривались в работах В. И. Шаховского как речевой жанр (см. список речевых жанров, становившихся объектом специальных исследований, в работе В. В. Дементьева [1 : 226–234]). Окончательно ответить на вопрос о том, является ли та или иная лексема именем речевого жанра в сознании носителя языка, можно только путем подробного анализа соответствующей статьи ассоциативного словаря.

Легко заметить, что у взрослых носителей русского языка выявляются те же актуальные жанрово-событийные контуры коммуникации, что и у школьников, т. е. выделяются те же группы имен жанров. Разницу в наполнении этих групп конкретными именами жанров легко объяснить, во-первых, тем, что коммуникативная компетенция школьников только формируется и некоторые имена жанров могут быть им не знакомы, а во-вторых, тем, что анализировался совершенно разный объем материала. В АСШС на момент проведения исследования (2002 г.) был только 201 стимул, в то время как в РАС содержатся реакции более чем на 6 тысяч стимулов.

Кроме того, в полученном наборе имен жанров достаточно ярко проявляются возрастные и социальные характеристики испытуемых. Поскольку материалы РАС собирались путем проведения ассоциативных экспериментов со студентами различных вузов, можно считать, что в них зафиксировано языковое сознание носителей русского языка студенческого возраста. Именно поэтому для школьников и студентов наиболее актуальными оказываются такие номинации учебных речевых жанров и речевых событий, с которыми они сталкиваются в процессе обучения в школе (*сочинение, диктант*) и в вузе (*экзамен, лекция*).

Однако при таком анализе актуального набора РЖ носителя языка возникает ряд существенных проблем, которые могут быть решены только путем более детального ана-

¹В скобках указано количество стимулов, вызвавших реакции.

²Многозначность реакции *ответ* в ассоциативных полях разных стимулов будет подробно рассматриваться далее.

лиза соответствующих ассоциативных полей. Во-первых, перед исследователем возникает следующий вопрос: действительно ли для носителя языка данная лексема является именем жанра?

Как совершенно справедливо заметили В. Е. Гольдин и О. Н. Дубровская, многие имена РЖ могут выступать в речи не только как обозначения речевых жанров, но и как имена речевых событий или действий, составляющих данное событие: «Слово *рассказ* в отличие от слов *песня, сказка, анекдот* в обычной жизни может, как известно, обозначать не только жанр, но и само действие рассказывания, а также рассказ как речевое событие (ср., например: *Его рассказ продолжался до утра; Во время его рассказа кто-то открыл дверь* и т. п.)» [4 : 12]. Следовательно, чтобы определить, действительно ли данная лексема выступает в сознании носителя языка в качестве имени жанра, необходимо смотреть, на какие именно стимулы была дана эта реакция. Например, если реакция *рассказ* неоднократно была дана на стимул *читать*, ее можно считать именем жанра.

При этом те имена, которые называют речевые действия, а также имена производных от них речевых событий (ссориться – ссора) признаются более удачными наименованиями речевых жанров, поскольку они подчеркивают генетическую близость жанров ситуациям повседневного речевого общения.

Во-вторых, могут существовать расхождения между тем, как представлена система РЖ в научной картине мира и в наивном языковом сознании. Одним из основных свойств, определяющих сущность речевого жанра, исследователи считают его непосредственную данность носителю языка. Под этим подразумевается, в первую очередь, способность носителя языка узнавать речевой жанр, по которому в данный момент разворачивается речевое взаимодействие, и осуществлять его номинацию. Так, например, А. Д. и Е. Я. Шмелевы считают, что речевой жанр есть в коммуникативной компетенции человека, если человек, услышав определенное высказывание, может сказать: «Это – X» (где X – имя жанра) [8 : 18].

В. В. Дементьев, комментируя данную позицию, совершенно справедливо отмечает, что «в системе представлений А. Д. и Е. Я. Шмелевых невозможно объяснить тот факт, что выражения *фатическая речь* и *small talk*, используемые лингвистами в качестве базовых терминов для основных фатических интенций, неизвестны наивным носителям русского языка (что уж говорить о предлагаемых разными авторами заменителях типа *неинформативная беседа, экзистенциальный разговор, гедонистическое общение*, которые могут по-

ставить в тупик как наивного носителя языка, так и лингвиста), что почему-то нисколько не мешает данным типам общения быть очень широко распространенными, узнаваемыми, успешными [1 : 113]. В данном случае принятый исследователями специальный термин для номинации жанра незнаком носителю языка, хотя тот может успешно применять правила, по которым выстраивается дискурс в соответствующих ситуациях.

В. Е. Гольдин обращает внимание на несколько иной аспект этой проблемы: для наивного носителя языка тот или иной жанр может существовать, но он может существовать в рамках иной системы жанров. Так, например, для школьников *стихи* (судя по тому, что эта реакция чаще всего давалась на стимул *куплет*) представляют собой «слабо дифференцированный художественный жанр, близкий к песне», что, конечно же, не совпадает с литературоведческими понятиями. Как считает В. Е. Гольдин, такое расхождение – это лишь частный случай закономерных расхождений между метаязыком филологии и метаязыком обычной речи, которые в исследованиях РЖ не всегда четко разграничиваются [4 : 12].

И наконец, третья проблема связана с тем, что многие имена РЖ и речевых событий (можно даже сказать – большинство) – это многозначные лексемы, являющиеся именем РЖ или речевого события лишь в одном из своих значений. Следовательно, перед нами встает вопрос: какая именно часть ассоциативных связей актуализирует жанровое значение лексемы, то есть действительно ли данный РЖ знаком носителю языка и актуален для него?

Таким образом, возникает проблема выделения РЖ как одного из значений многозначного слова, именующего простые и сложные речевые события, речевые действия и поступки, либо выступающего как номинация чего-то, не имеющего вообще никакого отношения к системе РЖ и речевых событий (например, *совет* как речевое действие или событие и *совет* как орган управления).

Имена, выделяемые исследователями в качестве РЖ, имеют неодинаковые структуры многозначности. Так, некоторые из них могут иметь первичное значение неречевого события (*встреча*), но указывать на сложное (назначаемое, планируемое) речевое событие при переносе в сферу формального общения (*встреча* как «собрание, устраиваемое для знакомства, беседы с кем-то»); другие основывают вторичное неречевое значение (*ответ* как «действие или поступок, вызванные чем-то») на первичном значении речевого действия; третьи демонстрируют вовсе развитую полисемию с несколькими устоявшимися зна-

чениями: например, слово «совет» в первом значении – простое речевое действие, во втором – сложное событие, в третьем – «орган управления и принятия решений».

Структура многозначности имен РЖ позволяет увидеть связь речевого жанра с неречевыми компонентами ситуаций, в которых он функционирует. В этом смысле представляет интерес рассмотрение РЖ в психолингвистическом аспекте как разного рода знаний носителя языка о типических коммуникативных ситуациях и принятых в них речевых действиях. Так, К. Ф. Седов убедительно обосновал психологическую реальность речевого жанра, отметив неодинаковость мыслительных процессов в разных коммуникативных ситуациях: «Важно понимать, что жанры общения не являются внешним условием коммуникации, которые говорящий / пишущий должен соблюдать в своей речевой деятельности. Они присутствуют в сознании языковой личности в виде готовых сценариев, фреймов, влияющих на процесс разворачивания мысли в слово» [2 : 40]. Так мы подходим к одной из важных проблем функционирования речевого жанра – изучению жанровой компетенции языковой личности.

Имя речевого жанра в отношении к жанровой компетенции носителей языка, как отмечает в своей работе Н. Б. Степанова [5 : 310], может трактоваться двояко: с одной стороны, речевой жанр можно считать разновидностью коммуникативного концепта, соответственно его имя является одним из способов его репрезентации в языке, с другой – речевой жанр представляет собой модель построения текста, у которой может существовать несколько реализаций, обозначаемых одним и тем же именем. В частности, такие характеристики *беседы*, как *официальная*, *с преподавателем* и *дружеская*, *задушевная*, выявленные в ассоциативном эксперименте, могут указывать как на существование двух различных жанров, так и на различные способы реализации одного и того же.

При такой постановке проблемы представляется целесообразным в качестве источника материала для исследования помимо данных обратных (не прямых) статей «Русского ассоциативного словаря» (РАС) использовать и традиционные лексикографические источники, такие как «Малый академический словарь» и «Большой универсальный словарь русского языка». Так, мы имеем возможность не только установить, в каких именно случаях можно говорить о том, что та или иная лексема выступает в сознании носителя языка как имя определенного жанра (в реакциях на какие стимулы испытываемые актуализируют «жанровое» значение лексемы), но и сопоставить эти дан-

ные с опытом описания системного значения слова, где речевому жанру отводится разное место в иерархии словарных значений.

Мы предполагаем, что в структуре значений многозначных слов, которые мы рассматриваем на материале обратного словаря ассоциаций, семема, соотносимая с понятием «речевой жанр», может присутствовать потенциально и по этой причине не фиксироваться большинством словарей в качестве лексико-семантического варианта или употребления слова. Так, толковые словари (МАС, БУСРЯ) по-разному проводят границу между основным значением слова «ссора» и его контекстным употреблением («состояние взаимной вражды, размолвка» и «взаимные упреки, обвинения, перебранка»), однако оба выделяют смежность «ссоры» как речевого события и «ссоры» как состояния и не выносят собственно речевой компонент «ссоры» в отдельное употребление (ссора не только как «событие», но и как «речевое произведение»). Другое слово, также часто упоминаемое в качестве имени речевого жанра, – «ответ» – имеет основное значение «речевого действия» («вызванные вопросом или обращением слова (слово), заключающие подтверждение или отрицание чего-л.) и отдельное употребление в смысле специального «речевого жанра» («рассказ учителю заданного урока»). Таким образом, отмечается отсутствие единообразия в семантических структурах слов, принятых для обозначения речевых жанров.

Группировка стимулов, на которые даются реакции *ссора*, *ответ*, *совет*, позволяет выявить определенные закономерности. Так, слово *ссора* было дано в качестве реакции на стимулы 120 раз (по данным РАС). Можно видеть, что наиболее часто (в 46,7% случаев) данную реакцию вызывали стимулы, обозначающие сходные с «ссорой» явления: раздор 21, конфликт 11, пересуды 5, спор 5, ругань 3, скандал 3, брань 2. Из этих стимулов доля наименований речевых жанров, в свою очередь, составляет около 15%. Как простое речевое событие *ссора* также может упоминаться в связи с более сложными коммуникативными событиями, такими как конфликт 11, развод 4, скандал 3, встреча, драка. На основе данных ассоциаций допустимо говорить о вхождении *ссора* в один гипонимический ряд с событиями, в структуре которых необязателен речевой компонент. По всей видимости, речевой компонент не является единственным, что определяет такое событие, как *ссора*. Об этом свидетельствует наличие среди слов-стимулов, вызывающих данную реакцию, как речевых, так и неречевых действий – драться 2, избежать 2, издеваться, объяснить, орать, спорить, толкать, уйти. Сре-

ди всех стимулов, в ассоциативном поле которых представлена реакция *ссора*, третьим по частотности является *повод* (на него реакция была дана 8 раз). Это говорит о том, что слот «причина» действительно представлен в фрейме *ссора*, а это, в свою очередь, очень существенно для представления структуры *ссора* как события. Другие важные слоты «события», такие как темпоральная характеристика (*бесконечная*), фазовость (*возникать*, *хватит*), участники (*брат*, *супруги*, *зять*, *папа*) также не остаются пустыми за счет наличия данной реакции в ассоциативных полях соответствующих стимулов.

Примечательно, что в ассоциативном поле стимула *повод* присутствует также имя первичного речевого жанра – *разговор* (*для разговора 13, к разговору 10, разговор 5*), что, как нам кажется, может прямо указывать на родство первичных РЖ с событиями. Это дает основание предположить, что имена простых речевых событий (*ссора*, *спор*, *разговор*, *беседа*) в разной степени склонны реализовывать определенную модель многозначности в речи, по которой они могут обозначать в некоторых контекстах не только событие, но и речевое произведение или речевой жанр.

Реакция *ответ* имеет 1035 вхождений в ассоциативные поля разных стимулов. Большая доля из них (27,7%) представляет *ответ* как высказывание, подлежащее оценке с точки зрения содержания, а также соответствия реальному положению дел и отношения к вызвавшему его высказыванию. Например, *ответ правильный 60, неправильный 33, определенный 10, положительный 10, абсолютный 9* и др. Часть из этих стимулов можно также выделить в самостоятельную группу как представляющие *ответ* в одном из смыслов, который некоторые толковые словари указывают в качестве контекстного употребления (МАС: «рассказ учителю заданного урока»); например, *ответ правильный 60, неправильный 33, блестящий 9, плохой 8, полный 7, четкий 7* и др. (15,3%). На этом основании имеет смысл также рассматривать *ответ* как вторичный речевой жанр, закрепленный в сознании носителей языка за определенными ситуациями общения (ответ учителю, преподавателю, экзаменатору). Другое производное «неречевое» значение слова *ответ*, отдельно фиксируемое в словарях (например, в БУСРЯ: «действие, поступок и т. п. как реакция на что-л.»), не находит явного подтверждения в ассоциациях. Между тем при взгляде на глагольные стимулы, вызвавшие реакцию *ответ*, можно наблюдать ослабленную речевую составляющую *ответа* по сравнению с действиями, касающимися запроса, ожидания,

подготовки, отправления, передачи и получения речевого сообщения (См. *получить 16, дать 15, спросить 9, держать 8, прислать 8, спрашивать 8, получен 7, требовать 7, найти 6, искать 5, передать 5, давать 4, написать 4, находить 3, обдумать 3, получать 3, выдать 2, ждать 2*). *Ответ* как речевое действие и первичный РЖ тесно связан со знаниями об обязательных элементах коммуникации, чем можно объяснить такое широкое представление реакции *ответ* в ассоциативных полях разных глагольных стимулов. Собственно жанровые характеристики *ответа* хорошо представлены в тех ассоциациях, где *ответ* оценивается как речевое произведение с точки зрения его формы, манеры подачи содержания, например, *лаконичный 204, краткий 27, убедительный 18, немногословный 10* и др. (объем данной группы составляет 31,1%). Среди имен жанров наиболее близки *ответу* в ассоциациях оказались *вопрос 34, совет 8, письмо 5, билет 4, загадка 4, отгадка 4, анкета 2, привет 2, призыв 2*.

Многозначное слово «совет» с развитой семантической структурой достаточно структурировано по своим значениям и в ассоциативных полях разных стимулов. Так, группа стимулов (общей долей 15, 5%) указывает на особое значение *совета* как «распорядительного или совещательного органа при каком-либо учреждении, организации, обществе» (МАС): *женский 6, сельский 6, ученый 6, президиум 3, военный 2, местный 2, национальный 2, член 2, городской, государственный, государство, колхозов и др.* Немногочисленная группа стимулов, которые представляют *совет* в значении «события»: *семейный 6, держать 2, обсуждение, собрать – 3,9%*. В то же время для реакции *совет* отсутствуют стимулы, которые могли бы заполнить такие существенные слоты «события», как указание на время, место, фазу, участников. Вместо этого ряд стимулов дает указание на адресата *совета* – *девушкам, мужьям, отцам*. Так же, как и *ответ*, *совет* часто упоминается в связи с действиями получения, передачи и восприятия информации – см. *послушать 16, давать 14, спросить 8, спрашивать 6, дать 3, передать 3, просить 2, следовать 2, обращаться*. Как показывает большое количество подобных стимулов к данной реакции (42 %), оценка с точки зрения содержания является важной дискурсивной составляющей *совета* – *дельный 39, полезный 31, бесполезный 5, мудрый 5, разумный 5, плохой 4, добрый 3, ценный 3, важный 2, драгоценный 2, несусветный 2, бессвязный*. Для организации структуры *совета* как речевого поступка также важна прагматическая составляющая, которая пред-

ставлена в ассоциациях разными видами оценки: так, *совет* в основном получает оценку с точки зрения характеристики отношений между участниками дискурса и/или обстоятельств, в которых дается *совет* – нужный 14, добрый 3, необходимый 2, добрейший, ненужный, ничтожный, щедрый.

Рассмотрение многозначных слов, принятых для обозначения речевых жанров, через призму вербальных ассоциаций позволило наглядно представить, как такие смежные явления, как речевое событие, речевое действие, речевой поступок и речевой жанр взаимодействуют в семантической структуре слова на уровне его значений, подзначений или употреблений. Сопоставление результатов анализа ассоциативного материала с данными толковых словарей также дает возможность сделать несколько значимых выводов. Так, отдельные речевые жанры (из рассмотренных нами – *ссора*, *ответ*, *совет*) представлены в сознании носителя языка как части разных сценариев, фреймов. РЖ *ссоры* неотделим от структуры соответствующего события, и это проявляется в организации семантической структуры слова *ссора*, для которого толковые словари традиционно выделяют одно значение и некоторые возможности его варьирования в контекстах. Многозначность слова *ответ* показывает, что речевой жанр с данным именем не только представлен в сознании носителя языка, но и имеет определенную организацию: *ответ* как первичный РЖ или простое речевое действие связан с *ответом* как вторичным РЖ, который реализуется только в определенной сфере общения. *Совет* как РЖ находит свое место в разветвленной структуре отдельных значений слова (близкой к омонимии) и обладает рядом устойчивых черт, в том числе прагматической составляющей, которая определяет структуру *совета* как речевого поступка.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Дементьев В. В. Теория речевых жанров. М.: Знак, 2010. 600 с.
2. Седов К. Ф. Психолингвистические аспекты изучения речевых жанров // Жанры речи: сб. науч. ст. Саратов: ГосУНЦ «Колледж», 2002. Вып. 3. С. 40–52.
3. Дементьев В. В., Степанова Н. Б. Корпусная генеристика: проблема ключевых фраз // Жанры речи. 2016. № 1. С. 24–41.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКОЕ ОПИСАНИЕ СТАТЬИ

Старостина Е. В., Кожара О. В. Вербальные ассоциации как дополнительный источник материала при комплексном исследовании речевых жанров // Жанры речи. 2018. № 3 (19). С. 172–178. DOI: 10.18500/2311-0740-2018-3-19-172-178

4. Гольдин В. Е., Дубровская О. Н. Жанровая организация речи в аспекте социальных взаимодействий // Жанры речи: сб. науч. ст. Саратов: ГосУНЦ «Колледж», 2002. Вып. 3. С. 5–17.

5. Степанова Н. Б. Имена речевых жанров и их ассоциативные поля // Русский язык сегодня. Вып. 6. Речевые жанры современного общения: сб. докл. / отв. ред. А. В. Занадворова. М.: ФЛИНТА; Наука, 2015. С. 303–310.

6. Фрумкина Р. М. Психолингвистика: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. М.: Академия, 2003. 320 с.

7. РАС – Русский ассоциативный словарь: в 2 т.; под ред. Ю. Н. Караулова. Т. 2. От реакции к стимулу. М.: Астрель, АСТ, 2003. 992 с.

8. Шмелева Е. Я., Шмелев А. Д. Русский анекдот: текст и речевой жанр. М.: Языки славянской культуры, 2002. 144 с.

REFERENCES

1. Dement'ev V. V. *Teorija rechevykh zhanrov* [Speech Genres Theory]. Moscow, Znak Publ., 2010. 600 p. (in Russian).

2. Sedov K. F. *Psikholingvisticheskie aspekty izucheniia rechevykh zhanrov* [Psycholinguistic aspects of speech genres]. *Zhanry rechi: sb. nauch. st.* [Speech Genres: coll. of sci. art.], iss. 3. Saratov, GosUNTs "Kolledzh", 2002, pp. 40–52 (in Russian).

3. Dement'ev V. V., Stepanova N. B. *Korpusnaia genestika: problema kluchevykh fraz* [Corpus genestics: a problem of key phrases]. *Zhanry rechi* [Speech Genres], 2016, iss. 1 (13), pp. 24–41 (in Russian).

4. Gol'din V. E., Dubrovskaya O. N. *Zhanrovaia organizatsiia rechi v aspekte sotsial'nykh vzaimodeistvii* [The genre organization of speech in aspect of the social interactions]. *Zhanry rechi: sb. nauch. st.* [Speech Genres: coll. of sci. art.], iss. 3. Saratov, GosUNTs "Kolledzh", 2002, pp. 5–17 (in Russian).

5. Stepanova N. B. *Imena rechevykh zhanrov i ikh assotsiativnye polia* [Names of the speech genres and their associative fields] *Russkii iazyk segodnia. Vyp. 6. Rechevye zhanry sovremennogo obshcheniia: sb. dokl.* [Russian language today. Iss. 6. Speech genres of modern communication: coll. of rep.]. Moscow, Flinta, Nauka Publ., 2015, pp. 303–310 (in Russian).

6. Frumkina R. M. *Psikholingvistika* [Psycholinguistics]. Moscow, Academia Publ., 2003. 320 p. (in Russian).

7. *RAS – Russkii assotsiativnyi slovar': v 2 t. T. 2. Ot reaktsii k stimulu* [Russian associative dictionary: in 2 vols. Vol. 2. From reaction to stimulus]. Moscow, Astrel', AST Publ., 2003. 992 p. (in Russian).

8. Shmeleva E. Ia., Shmelev A. D. *Russkii anekdot: tekst i rechevoi zhanr* [Russian anecdote: text and speech genre]. Moscow, Yazyki slavyanskoi kul'tury, 2002. 144 p. (in Russian).

Статья поступила в редакцию 25.11.2017

For citation

Starostina E. V., Kozhara O. V. Verbal Associations as a Complementary Source of Material in Complex Study of Speech Genres. *Speech Genres*, 2018, no. 3 (19), pp. 172–178. DOI: 10.18500/2311-0740-2018-3-19-172-178

ИССЛЕДОВАНИЯ ОТДЕЛЬНЫХ ЖАНРОВ

УДК 81'27:811.161.1

ББК 81

DOI: 10.18500/2311-0740-2018-3-19-179-188

**Т. И. Стексова,
Ю. В. Крылов**
Новосибирск, Россия

**Tatiana I. Steksova,
Yuri V. Krylov**
Novosibirsk, Russia

**НОВАЯ ЖИЗНЬ СТАРОГО ЖАНРА:
К ПРОБЛЕМЕ ВАРИАТИВНОСТИ ЖАНРА
(НА МАТЕРИАЛЕ ЛОЗУНГА И СЛОГАНА)**

**NEW LIFE OF THE OLD GENRE:
TO THE PROBLEM OF VARIABILITY
IN THE GENRE**

В статье рассматривается спорная проблема вариативности речевого жанра. Кратко освещаются разные подходы к пониманию варианта в лингвистической литературе. На примере сопоставления хорошо изученных жанров лозунга в политическом дискурсе и слогана в рекламном дискурсе предлагается понимание их как вариантов одного жанра. Точка зрения авторов обосновывается совпадением коммуникативной цели (иллокутивной функции) и незначительной модификацией других жанрообразующих признаков.

Ключевые слова: речевой жанр, вариативность, жанрообразующие признаки, лозунг, слоган.

The article deals with the controversial problem of variability in the speech genre. Briefly, different approaches to understanding the variant in linguistic literature are highlighted. On the example of comparison of well-studied appeal genres in political discourse and slogan in the advertising discourse, they are offered an understanding of them as variants of one genre. The authors' point of view is justified by the coincidence of the communicative goal (illocutionary function) and a minor modification of other genre-forming features.

Key words: speech genre, variability, genre-forming features, slogan.

Сведения об авторах: Стексова Татьяна Ивановна, доктор филологических наук, профессор кафедры современного русского языка и методики его преподавания.

Место работы: Новосибирский государственный педагогический университет.

E-mail: steksova@inbox.ru

ORCID 0000-0003-4275-7450

Крылов Юрий Владимирович, кандидат филологических наук, доцент кафедры современного русского языка и методики его преподавания.

Место работы: Новосибирский государственный педагогический университет.

E-mail: filin1402@gmail.com

ORCID 0000-0001-8842-9837

About the authors: Steksova Tatiana Ivanovna, Doctor of Philology, Professor of the Department of Modern Russian Language and Methods of Teaching It.

Place of employment: Novosibirsk State Pedagogical University.

E-mail: steksova@inbox.ru

ORCID 0000-0003-4275-7450

Krylov Yuri Vladimirovich, Ph.D., Associate Professor of the Department of Modern Russian Language and Methods of Teaching It.

Place of employment: Novosibirsk State Pedagogical University.

E-mail: filin1402@gmail.com

ORCID 0000-0001-8842-9837

К постановке проблемы

Прошедшая в конце ноября в Саратове научная конференция, посвященная 20-летию международного научного журнала / сборника «Жанры речи», со всей очевидностью показала, что, с одной стороны, в развитии Бахтинской теории речевых жанров российским лингвистам удалось достичь существенных результатов в описании отдельных речевых жанров, причем в разных аспектах, но, с другой стороны, осталась не до конца решенной проблема идентичности жанра и его вариативности. Более 20 лет тому назад Т. В. Шмелева

писала, что «аналогично тому, как в синтаксисе наряду с понятием модели предложения существует понятие его регулярной реализации, по отношению к модели РЖ может быть предложено понятие регулярной реализации РЖ, которые будут различаться прежде всего по сферам общения...» [1 : 97]. Отталкиваясь от этого рассуждения, М. А. Кантурова предприняла исследование деривационных процессов в системе речевых жанров и пришла к выводу, что все процессы в системе РЖ делятся на внутрижанровые (не ведущие к изменению жанра; таким является процесс модификации) и межжанровые (ве-

душие к изменению жанра; таким является процесс мутации) [2]. До каких пор жанр может варьироваться и когда «рождается» новый жанр? Каковы критерии идентичности жанра? В. А. Салимовский и Д. В. Яруллин пишут: «Гибкость и пластичность речевого жанра (М. М. Бахтин) проявляется в вариативности развития регулярно воспроизводимого в общении первичного замысла, тем самым в вариативном выборе и сочетании разноплановых моделей» [3 : 54]. Достаточно ли единого речевого замысла для тождества жанра? Каковы причины вариативности жанра и что следует понимать под вариантом? Вариативность жанра отмечается только при попадании его в другой дискурс или можно наблюдать вариативность жанра и в пределах одного дискурса? Эти и подобные вопросы так или иначе встают перед исследователями речевых жанров, и хотя они уже поднимались и в ряде докладов на названной конференции (А. Д. Шмелев и Е. Я. Шмелева; Т. И. Стеклова и Е. В. Лаврентьева, В. А. Салимовский и др.), и рассматривались в ряде работ [4–7], признать, что есть их четкое понимание, пока преждевременно.

Данная статья посвящена проблеме вариативности жанра, которая рассматривается на сопоставлении жанров лозунга / призыва и рекламного слогана.

Каждый из этих жанров уже неоднократно привлекал внимание лингвистов и достаточно подробно описан в разных аспектах, в основном в функционально-стилистическом. Тем не менее, считаем возможным еще раз обратиться к ним.

Цель статьи: выявить, какие изменения происходят в жанре лозунга / призыва при переходе из сферы политического дискурса в рекламный дискурс. Попытаться ответить на вопросы: происходит ли варьирование жанра или меняется сам жанр, что отражается в смене имени жанра (лозунг, призыв – слоган)? Чем определяется предел варьирования жанра?

К пониманию вариативности в системе речевых жанров

Проблема вариативности в языке давно и прочно заняла свое место в лингвистических исследованиях [8, 9] и мн. др. Конференция «Вариативность в языке и коммуникации», состоявшаяся в Институте лингвистики в октябре 2010 г., рассматривала вопросы грамматической и орфографической нормы и вариативности, семантического и лексического варьирования, разных функционально-стилистических

вариантов языка и стилистического варьирования языковых средств в художественном тексте. Все это еще раз подтверждает, что все единицы языка вариативны, каждая единица языка существует в виде множества различных вариантов.

Представляется возможным и оправданным понятие вариативности распространить и на теорию речевых жанров. В связи с этим необходимо определиться, что понимается под вариантом и о каком варьировании пойдет речь. Как известно, под вариативностью понимается, с одной стороны, «представление о разных способах выражения какой-либо языковой сущности как об ее модификации, разновидности или как об отклонении от некоторой нормы». С другой стороны, под вариативностью понимается «способ существования и функционирования единиц языка и системы языковой в целом» [10 : 80]. При первом понимании то, что видоизменяется, понимается как образец, норма, а вариант – как модификация этой нормы или отклонение от нее. При втором понимании вводится оппозиция вариант – инвариант. Под вариантами понимаются разные проявления одного и того же, исходная единица при всех изменениях остается сама собой. В понятии инварианта отражаются признаки, свойства группы объектов, образуемой вариантами.

Можно предположить, что системе речевых жанров свойственна вариативность и в первом, и во втором понимании. Так, фразы: *Прошу дать мне эту книгу; Дайте мне, пожалуйста, эту книгу; Не могли бы вы дать мне эту книгу* демонстрируют варьирование способов языкового выражения жанра просьбы, но это вариативность не жанра, а внутри жанра¹. А вот переход из одной сферы общения в другую ведет к появлению варианта жанра (просьба – заявление; комментарий в разных дискурсах) [5, 6].

О том, что изменение сферы функционирования связано с изменением характеристик жанра, свидетельствует, например, работа Т. В. Русиновой, в которой исследователем рассматривает изменения в структуре жанров и выборе языковых средств директивного жанра с включением запрета в двух сферах употребления – сфере образования и сфере спорта [12].

Вероятно, о вариативности во втором значении можно говорить в том случае, если жанрообразующие признаки, характеризующие инвариант жанра, в варианте претерпевают какие-либо изменения, но эти изменения не столь велики, чтобы мы не могли «узнать», идентифицировать жанр. По мнению В. А. Са-

¹Ср. разграничение понятий вариации и варианта в [11].

лимовского и Д. В. Яруллина, критерием идентичности жанра является иллокутивная функция речевого высказывания [3]. Из этого утверждения следует, что изменение всех жанрообразующих признаков, за исключением иллокутивной функции, приводит к варьированию жанра, а смена иллокутивной функции свидетельствует о появлении другого жанра.

Вариативность жанра происходит за счет процесса модификации, причем вектор модификации может быть разнонаправленным: в сторону кристаллизации признаков и в сторону размывания их [2].

Вариативность жанра может быть обусловлена сменой дискурса (обвинение в разговорно-бытовом дискурсе и обвинение в политическом дискурсе) [7], в котором функционирует жанр, и можно говорить о вариативности жанра в пределах одного дискурса (например, обвинение в политическом дискурсе в зависимости от функционирования высказывания в ядре или на периферии политического дискурса).

Лингвистическая литература о соотношении речевых жанров лозунга и призыва

По мнению В. М. Мокиенко, лингвистическое исследование современного лозунга в сопоставлении с рекламой и, наоборот, современной рекламы в сопряжении с лозунгом доказывает, что это особые, но функционально близкие языковые единицы [13]. К. В. Шидо рассматривает рекламный слоган как особый жанр английских рекламных текстов [14]. А вот для Н. П. Белоусовой слоган является субжанром, отличающимся своими специфическими содержательными и формальными свойствами [15]. В. А. Салимовский и Д. В. Яруллин отмечают, что «один и тот же речевой жанр может быть формой и целого произведения, и его части» [3 : 154]. Я. Н. Романенко в диссертации «Рекламный текст как объект лингвистического исследования» посвящает слогану отдельные разделы исследования. В данной работе упор делается на выявление структурно-композиционных типов слогана: «структурно-композиционная специфика слогана заключается в том, что слоган может выступать 1) как часть рекламного текста, 2) как самостоятельный рекламный текст» [16 : 3].

В подобном ключе рассматривается соотношение призыва и слогана и в коллективной монографии, авторы которой считают, что в социальной рекламе «часто слоганом становится речевой жанр призыва». Но, по их мнению, исходный жанр призыва может видоизменяться в составе социальной рекламы и не может рассматриваться как отдельный элементарный речевой жанр, так как не может функциониро-

вать вне контекста, т. е. социальной рекламы [17 : 232–233].

Исследователи отмечают, что термин «слоган» стал активно использоваться и как синоним слова «лозунг», что признают вполне правомерным, поскольку у лозунгов и слоганов много общего [18]. С другой стороны, отмечают, что из необходимости воспрепятствовать отождествлению понятий появились новые термины: «политический слоган», «рекламный слоган» [19].

Н. П. Белоусова разделяет понятия «лозунг» и «слоган» по функционально-стилистическому признаку [15]. А. П. Чудинов, отмечает, что различие в терминах связано с разграничением идеологии – коммунистической (лозунг) или либеральной (слоган) пропаганды [20 : 39]. По наблюдениям И. А. Тртуновой, термины «слоган» и «политический слоган» постепенно вытеснили традиционные для советской науки лозунг, девиз, призыв [21 : 103].

Анализ основных актуальных исследований рекламного слогана показывает недостаточно исследованный аспект рассмотрения рекламного слогана как особого жанра или варианта жанра политического лозунга.

Для того чтобы выработать свою точку зрения по этому спорному вопросу, попытаемся сопоставить жанр лозунга / призыва в политическом дискурсе и жанр слогана в рекламном дискурсе по основным жанрообразующим признакам.

Лозунг / призыв в политическом дискурсе

Еще в годы советской власти широкое распространение в политическом дискурсе имели «лозунги и призывы Коммунистической партии Советского Союза», которые публиковались в газете «Правда» накануне ноябрьской и первоймайской демонстраций.

Само наименование этого документа носит избыточный характер, так как лозунг (от нем. *Lozung*) – это и есть призыв, выражающий в краткой форме руководящую идею, задачу, требование, т. е. слова «лозунги» и «призывы» синонимичны, но отражают языковые особенности их выражения. Современное понимание лозунга как призыва, выражающего в краткой форме руководящую идею, задачу или требования политической организации, дало основание рассматривать лозунг как «малый» ораторский жанр [21].

Перед Великой Отечественной войной и во время нее лозунги позволили в краткой, лаконичной форме сформулировать цели и задачи государственной политики и мобилизовать граждан на выполнение этих задач: *Пролетарии всех стран, соединяйтесь! Отстоим завоевания Октября! Убей немца. Отомсти!*

Здесь более частотны лозунги-призывы, вырванные прямо в форме повелительного наклонения или косвенно в форме побуждающего вопроса: *Ты записался добровольцем?* В послевоенное время наряду с призывами (*Пятилетку – за четыре года!*) появились лозунги, способствующие формированию патриотизма путем декларирования государственных ценностей: *Советское – значит отличное. Спасибо Родине за наше счастливое детство! СССР – оплот мира! Партия – ум, честь и совесть нашей эпохи; Партия – наш рулевой! и Народ и партия – едины!* Но независимо от формы все лозунги и призывы характеризуются следующими особенностями.

Коммуникативная цель – воздействие. По своей сути это императивный жанр. Его задача либо побудить адресата к какому-либо действию, либо заставить его верить во что-либо или разделять какие-либо убеждения. Воздействие на адресата обеспечивается ориентацией лозунга и на эмоциональную, и на рациональную, и на интеллектуальную сферы восприятия окружающей действительности.

Именно наличие разнонаправленного воздействия дало основание классифицировать лозунги следующим образом: 1) направленные на самоосознание: *Время быть русским!* (Конгресс русских общин); 2) направленные на чувственное (эмоциональное) восприятие: *Без свободы нет справедливости, без справедливости нет свободы!* (Яблоко); 3) направленные на рациональные мотивы: *Достойная жизнь, социальная справедливость, ответственная власть.* (Яблоко); 4) направленные на созидание: *За устойчивое развитие Москвы!* (Единая Россия); 5) направленные на критику (разрушение) существующего: *Нет – подорожанию хлеба!* (КПРФ) [20 : 183].

Х. Вальтер и В. М. Мокиенко [22] предложили другую типологию лозунгов, учитывая их структурно-семантический тип:

- 1) лозунги-призывы;
- 2) лозунги-пожелания;
- 3) лозунги-констатации;
- 4) лозунги-патетизмы.

Образ автора. Все лозунги и призывы характеризуются неличным характером, все они формулируются либо от имени государства, либо от какой-либо партии. Конкретный автор анонимен, не актуален, но тот, от чьего имени звучит лозунг или призыв, авторитетен (или должен быть авторитетным) для адресата. Особой оговорки требуют те случаи, когда лозунг представляет собой цитату из текстов авторитетного автора: *«Учиться, учиться и учиться».* В. И. Ленин. Представляется, что

именно для политического лозунга возможна ситуация иерархической коммуникации, при которой есть ряд канонических авторов. Но эти слова были вырваны из контекста и использованы в качестве лозунга не самим автором, а анонимным, совершенно не актуальным для масс, которым адресован этот призыв.

Образ адресата. Адресат обобщенный, лозунг адресован любому и каждому. Но по отношению к автору всегда занимает более низкую социальную позицию. Адресат ведом, ему нужно «подсказывать», что нужно делать или думать, во что верить. Стоит отметить, что достаточно редка, но возможна конкретизация образа адресата: *Пионер! Будь готов!* Обращение конкретизирует ту социальную группу, которой адресован призыв, но при этом сохраняет свой обобщенный характер. Именно на эту особенность обращает внимание И. А. Тортюнова, отмечая, что обозначение в лозунге социальных групп особенно характерно для политических лозунгов любой переломной или политически важной эпохи [19].

Фактор прошлого. Жанр лозунга по своей сути инициальный жанр. Он может опираться на событийное прошлое, но ему не нужна предшествующая коммуникация.

Фактор будущего. Лозунги и призывы не рассчитаны на дальнейшую коммуникацию и обычно не требуют ответной речевой реакции (вероятно, как исключение можно рассматривать призывы, которые порождают ответную реакцию: *Пионер, будь готов! – Всегда готов!*). Их задача – инициировать события, действия, поступки, внедрить в сознание адресатов определенные идеи и мысли. Более того, этот жанр имеет ограниченный «срок жизни»: они должны быть оперативными и своевременными и при изменении реальной политической ситуации уходить со сцены.

Диктум. Содержанием лозунгов и призывов являются **социально значимые** события, явления, идеи.

Языковое воплощение. Одной из особенностей языкового воплощения является декларативный характер, отсутствие какой-либо аргументации². Тексты данного жанра не имеют временных рамок. В языковом воплощении отметим именную характер текстов, номинализацию, оценочную лексику и др. Декларативность в политическом дискурсе порождает особую торжественность. Этот признак торжественности вошел в значение прилагательного «декларативный», которое толкуется, по словарю С. И. Ожегова, как «имеющий форму

²Стоит отметить, что декларативность является характерным признаком политического дискурса вообще. См. более подробно об этом [23].

декларации, торжественный». При этом они должны быть динамичными и краткими.

Слоган в рекламном дискурсе³

Понятие «слоган» восходит к галльскому языку и означает «боевой клич». Впервые это понятие в современном значении было использовано в 1880 году. Заимствованный из западной терминологии термин «слоган» в русский язык пришел в 90-е гг. XX в., и долгое время он соотносился исключительно с коммерческой рекламной деятельностью. Слоган – краткая запоминающаяся фраза, основа рекламной коммуникации, своеобразный девиз, выражающий основную мысль коммерческого предложения, озвучивая которую рекламодатель рассчитывает привлечь потенциального потребителя. Традиционное толкование понятия «слоган» в международной рекламной практике сводится к следующему: слоган – это рекламная фраза, в кратком виде излагающая основное рекламное предложение и входящая во все сообщения в рамках рекламной кампании какого-либо товара или услуги [24].

Попытки описать рекламный слоган предпринимались в лингвистике неоднократно и в различных аспектах. Описаны структурно-композиционные особенности, стилистика, семантика рекламного текста в трудах [25–28 и др.]

Современная реклама «выросла» из рекламного дискурса 90-х гг. XX столетия. В тот период реклама как вид коммуникации в России только формировалась. Формирование происходило в основном с опорой на примеры иностранного (американского и европейского) рекламного дискурса. Так основные виды и жанры рекламы сформировались в соответствии с общими тенденциями.

При этом следует все же признать, что реклама в советский период существовала. Основу ее составляли рекламные слоганы, типа: *Летайте самолетами Аэрофлота, Отдыхайте на курортах Крыма, Кто куда, а я в Сберкассе* и прочее. Особенность рекламы советского периода можно увидеть в отсутствии аргументации выносимого тезиса, в его декларативном характере.

Внимание именно к слогану в рекламе советского периода можно объяснить несколькими факторами. Отсутствие рынка и конкуренции убирает необходимость аргументации и сравнения товаров. В результате отпадает необходимость в рекламе в форме статьи, развернутого текста, в то время как слоган подает информацию как аксиому и безальтернативную идею. Вторая причина присутствия

слогана на советском пространстве объясняется его генетической связью с политическим лозунгом. Как и политический лозунг, слоган мог содержать призыв: *Пользуйтесь речным транспортом!* Гораздо реже слоган констатировал: *Крабовые консервы. Вкусная нежная закуска.* Слоган, как и политический лозунг, имел определенный жизненный цикл. Он создавался под актуальные события: экономические решения советского планового хозяйства. Например, в 70-е гг. в СССР закупался и был широко представлен в продаже зерновой кофе. Растворимый кофе был дефицитом. В итоге распространяются плакаты со слоганом: *Пейте натуральный кофе.*

Можно отметить, что рекламные слоганы советского периода не выглядят архаично на фоне современных рекламных текстов (с учетом того, что в них отсутствует имя бренда, разумеется). Это свидетельствует о том, что слоган как вид текста не претерпел существенных изменений. Итак, слоган как вид рекламы существовал еще в советский период.

Слоган как разновидность рекламного текста (его часть или самостоятельное сообщение) идентифицируется с момента появления рекламы в России: молодая российская ТВ реклама транслировала слоганы финансовых пирамид (*Хопер-инвест – отличная компания. Отличная от других; МММ – Я не халявщик, я – партнер*). Потребитель был готов воспринимать информацию в такой форме подачи, поскольку долгое время это был основной жанр презентации актуальной информации.

В дальнейшем рекламный слоган как вид текста развивается, очевидно, в плане дифференциации видов по объекту описания: слоган товара, слоган кинофильма, слоган фирмы, слоган события, слоган географического образования и прочее. В частности, в слоганах кинофильмов может не наблюдаться императив. Это уже более краткая фабула или намек на фабулу фильма:

Вы приглашены на безумно важное событие. (Алиса в стране чудес. Фильм Тима Бёртона. Слоган в мировом прокате, 2010)

Это новый мир. (Аватар. Прокатный девиз, 2009)

Очевидно, что данные примеры выполняют свою задачу (создание дополнительного смысла, создание интриги) только в сочетании с названием самого фильма. Они никак не характеризуют признаки товара, отражая его содержание.

Характеризуя современный рекламный слоган, можно отметить следующие особенности.

³Рекламный дискурс понимается в статье широко и включает в себя не только коммерческую, но и социальную и др. виды рекламы.

Коммуникативная цель. Основная цель – воздействие. Конкретная цель зависит от рекламируемого товара. Если слоган относится к зонтичному брэнду, географическому образованию или повторяющемуся событию, то целью можно обозначить напоминание, а косвенно – воспитание потребителя (*Крым. Потому что наш*), товары чаще сопровождают слоганы с целью воздействия: *Тойота! Управляй мечтой.*

Можно высказать предположение в том, что рекламный слоган функционально стремится в роли паремий в языковой картине мира (ЯКМ). Усваивая пословично-поговорочный корпус, носитель языка усваивает нормы морали, правила поведения, принятые в обществе, знакомится с негласными законами. К этому тяготеет рекламный слоган. При многократном повторении «*С Кока-колой вкусней*» формируется шаблон поведения: к обеду покупать именно данный напиток. Другими словами, стоит согласиться с Н. П. Белоусовой, в том, что «слоган обладает специфическими функциями, выступающими как следствие общего назначения рекламного дискурса, так и собственно функциями слогана в рекламном дискурсе: побудительная, магическая, атональная, “представительская”, поучительная, моделирующая, декоративная» [15]. А вот дальнейшее развитие автором этого утверждения вызывает возражение. Н. П. Белоусова предлагает «считать этот субжанр сугубо фатическим, но при этом обладающим следующей особенностью: фатические жанры направлены на поддержание контакта, тогда как слоган формально предполагает ответную реакцию, диалог, который, по существу, является мнимым, так как слоган является репликой, которая сама в себе уже содержит ответную реакцию» [15 : 123]. Комплекс функций, выделенный исследователем, на наш взгляд, противоречит выводу о фатической природе жанра. Цель всей рекламы в целом и слогана в частности – воздействовать должным образом на адресата, а не просто поддерживать с ним контакт. К тому же, как представляется, фатические жанры ориентированы на ответную реакцию, а слоган не требует речевой реакции. В предложенной Н. П. Белоусовой классификации слоганов: репрезентативы (квалитативы и аксиомы), директивы, комиссивы, интеррогативы – можно найти соответствия с классификацией лозунгов Х. Вальтер и В. М. Мокиенко:

1) репрезентативы – слоганы, целью которых является констатация фактов (у Мокиенко – лозунги-констатации): «*Леруа Мерлен. Везет кому-то*», «*Есть идея, есть Икея*»;

2) директивы – слоганы, побуждающие адресата к действию (у Мокиенко – лозун-

ги-призывы): «*Тойота! Управляй мечтой!*», «*Больше жизни! Енгланд*»;

3) комиссивы – слоганы, привлекающие адресата при помощи обещания исполнить его желание (отличительная особенность – использование формы будущего времени глагола): «*Мы обустроим Россию*»;

4) интеррогативы – частные случаи директива – завуалированные побуждения в форме риторических вопросов «*Вы еще кипятите? Тогда мы идем к вам!*»;

Можно отметить, что в этой части дифференциация слоганов на комиссивы и интеррогативы, по классификации Н. П. Белоусовой, не соотносится с классификацией Х. Вальтер и В. М. Мокиенко, которая выделяет лозунги-пожелания и лозунги-патетизмы.

Образ автора. Слоган почти всегда носит неличный характер. Автор слогана анонимен, он не ассоциируется с каким-либо конкретным человеком. Исключением является реклама с использованием селебрити (англ. *celebrity* – знаменитость) – человека, чаще всего женщины, снискавший себе популярность и известность благодаря частым упоминаниям в желтой прессе, глянцевого журналах, газетной светской хронике. Например, рекламные ролики банка ВТБ с актерами российского кино, которые произносят рекламный текст от первого лица и резюмируют их якобы своим слоганом-девизом: «*Мне не нужно больше – мне нужно достаточно*». Разумеется, это художественный образ автора, поэтому любой рекламный слоган может быть охарактеризован неактуальностью образа автора, его обобщенно-анонимным характером. Причем если автором политического слогана можно считать государство, то автором рекламного слогана выступает компания – хозяин товара. Исследователи уже отмечали использование обобщенного неопределенного источника информации как способ языковой манипуляции [28 : 146].

Образ адресата. Поскольку товар обычно предназначен определенной категории потребителей, то и его реклама ориентируется на эту же целевую аудиторию. Соответственно у рекламы с ограниченной целевой аудитории можно выделить языковые средства обращения к выбранной аудитории. Он может быть задан, например, тематикой: «*Не тормози – сникерсни!*» (слоган сопровождает серию рекламных роликов, представляющих игры, характерные для молодежной аудитории). В некоторых случаях слоган передает идею искусственного сужения целевой аудитории: «*Бомбастеры, не продаются людям старше 16 лет. Источник сил для Неопатимистов. Нео. Идеи новой жизни.*»

Фактор прошлого. Слоган, как правило, может функционировать, только если за ним стоит контекст. Понимание слогана невозможно, если адресат еще не знаком с товаром, то есть не может увидеть аллюзии, заложенные в слогане. В рекламе существует прием тизерной рекламы, который допускает подачу слогана до представления товара, но этот прием предполагает обязательное разрешение коммуникативной загадки. Например, рекламная кампания компании Балтика 2003 г. состояла из вопроса «*Что такое “Золотое”?*» и последующего ответа на него: «*Пиво “Золотое” – золотой стандарт России!*». И, тем не менее, мы не склонны согласиться с утверждением, что слоган не может функционировать вне контекста. Контраргументом является тот факт, что в 2000 г. в Новосибирске начала развиваться дисконтная карта «Золотая середина». Её выход на рынок сопровождался рекламной поддержкой в виде слогана «*С тыщи сбережёт полтину Золотая середина*». Рекламная поддержка исключительно в виде слогана сопровождала продажи карты на протяжении более полугода. Из транснациональных брендов следует отметить рекламный слоган сигарет Мальборо: «*Marlboro Lights. Как никогда. Как всегда*». Данный слоган сопровождался визуальным видом прерии и фигуры ковбоя, но не опирался на поясняющий или дополняющий текст.

Фактор будущего. Рекламный слоган не рассчитан на дальнейшее развитие коммуникации. Это конечное самодостаточное высказывание. Рекламный слоган имеет определенный жизненный цикл. Он создается «по случаю» – под конкретный товар или событие, в результате он привязан к жизненному циклу товара или события. Слоган может остаться в языке и после события, но уже как культурное явление (слоган олимпийских игр в Сочи: «*Жаркие. Зимние. Твои.*»), в таком случае он может даже породить определенную тенденцию (трехчастная модель слоганов). Если товар остается на рынке долгое время (например, Кока-кола, марки автомобилей и прочее), то слоган меняется через определенные промежутки времени.

1886 год: «Пейте Coca-Cola»

1906 год: «Великий безалкогольный напиток нации»

1927 год: «Всюду за углом»

1942 год: «Coca-Cola принадлежит вам»

...

1993 год: «Всегда Coca-Cola»

2013 год: «Вливайся!»

2016 год: «Попробуй... Почувствуй» (<http://www.coca-colarusia.ru/stories/coca-cola-slogans>).

Изменения слогана Кока-Колы отражают изменения концепций рекламной кампании данного напитка.

Диктум. Следует согласиться с Н. П. Белоусовой в том, что предмет речи в слогане зависит от того, к какому типу рекламы относится конкретное рекламное сообщение: так, для коммерческой рекламы предметом речи является рекламируемый товар или услуга, в политической рекламе – перспективы развития государства с приходом рекламируемого представителя политической силы, в социальной рекламе предметом речи являются общественные ценности [15]. Содержанием слогана может быть социально значимое явление, событие, идея. Это относится к социальной рекламе (*Папа, не пей*), рекламе событий (Слоганом футбольного Кубка конфедераций 2017 г. в России стала фраза «*Футбол чемпионов, мечта болельщиков*»). Слоганы товаров и предприятий содержат в себе частные события, личные послания. Покупка зубной пасты или дезодоранта – это незначимые события в жизни человека. Слоган может повышать их значимость (*дезодорант АХЕ – Сносит крышу примерным девочкам*), но это событие все равно остается значимым для конкретного человека – покупателя. Как исключение можно отметить рекламную стратегию, которая опирается на социально значимое событие [28]. Например, реклама сигарет «Ява золотая» 1996–1998 годов со слоганом «*Наш ответ Америке*» или реклама тарифного плана МТС «Первый» с аллюзией на первого космонавта со слоганом «*Будь первым!*» Приведенные примеры являются исключением из общего правила: они апеллируют к социально значимым событиям (экономическому соперничеству с США и первому полету в космос).

Языковое воплощение. Рекламный слоган афористичен. Он часто ритмизован или даже имеет рифму. Он не содержит аргументов. Он может содержать маркированную лексику или иметь характерные особенности синтаксиса: номинативные, неполные предложения.

Н. П. Белоусова отмечает, что «главными чертами слогана <...> являются: экспрессивность, лаконичность, суггестивность, оригинальность изложения материала, лапидарность. Также слоган обладает такими качествами, как тривиальность тем, большое количество речевых наполнителей, наличие строго регламентированных и постоянно воспроизводимых клише и формул...» [15 : 156].

Заключение

Итак, представим сопоставительную характеристику жанрообразующих признаков лозунга / призыва и слогана в виде таблицы.

Сопоставительная характеристика вариантов жанра
Comparative characteristic of the variants of the genre

Характеристика	Лозунг, призыв	Слоган
Коммуникативная цель	Воздействие	Комплексная
Образ автора	Обобщенный, авторитетный	Анонимный
Образ адресата	Обобщенный (может быть часть социума), ведомый	Чаще ограниченная часть общества, реже – обобщенный
Фактор коммуникативного прошлого	Инициальный	Инициальный
Фактор будущего	Не требует вербальной реакции	Не требует вербальной реакции
Языковое воплощение	Декларативность, прямые высказывания	Экспрессивность, лаконичность, клишированность
Место в коммуникации	Является изолированным текстом	Допускает изолированное употребление, но чаще в составе рекламного текста

Как видим, слоган подвергся процессу модификации, т. е. видоизменению некоторых характеристик, но эти новые свойства не затрагивают сущности жанра, не меняют принципиальной характеристики коммуникативной цели воздействия. Следовательно, лозунг и слоган – это варианты одного жанра, т. е. не нарушающие тождества модели ее модификации. Косвенным подтверждением этого является и тот факт, что в английском языке лозунг, призыв и слоган имеют одну номинацию: *слоган*. Все это не позволяет нам согласиться с теми исследователями, которые рассматривают лозунг и слоган как самостоятельные жанры речи.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Шмелева Т. В. Модель речевого жанра // Жанры речи: сб. науч. ст. Вып. 1. Саратов: ГосУНЦ «Колледж», 1997. С. 88–98.
2. Кантурова М. А. Деривационные процессы в системе речевых жанров (на примере речевого жанра

кулинарного рецепта): дис. ... канд. филол. наук. Новосибирск, 2012. 169 с.

3. Салимовский В. А., Яруллин Д. В. О тождестве речевого жанра // Жанры речи. 2017. № 2(16). С. 151–159.

4. Орлова Н. В. Жанры разговорной речи и их «стилистическая обработка»: К вопросу о соотношении стиля и жанра // Жанры речи: сб. науч. ст. Вып. 1. Саратов: ГосУНЦ «Колледж», 1997. С. 51–56.

5. Стеклова Т. И. Комментарий как речевой жанр и его вариативность // Жанры речи. 2014. № 1–2 (9–10). С. 81–88.

6. Стеклова Т. И. Функционально-стилевые варианты речевого жанра просьбы // Проблемы интерпретационной лингвистики: интерпретаторы и типы интерпретации: межвуз. сб. науч. тр. Новосибирск: Изд-во НГПУ, 2004. С. 89–99.

7. Стеклова Т. И., Лаврентьева Е. В. Особенности жанра обвинения в политическом дискурсе // Жанры речи. 2018. № 2 (18). С. 104–111.

8. Якобсон Р. Избранные работы. М.: Прогресс, 1985. 460 с.

9. Проблемы функциональной грамматики: семантическая инвариантность / вариативность. СПб.: Наука, 2003. 400 с.

10. Лингвистический энциклопедический словарь. М.: Сов. энцикл., 1990. 682 с.

11. Сложноподчиненное предложение в лексикографическом аспекте / под ред. С. Г. Ильенко. СПб.: Изд-во РГПУ им. А. И. Герцена, 2008. 346 с.

12. Руссинова Т. В. К проблеме варьирования жанров (на материале текстов директивного жанра) // Жанры речи: сб. науч. ст. Вып. 4. Жанр и концепт. Саратов: ГосУНЦ «Колледж», 2005. С. 399–407.

13. Мокиенко В. М. Лозунг и реклама в публицистическом дискурсе (общее и различное) // Проблемы истории, филологии, культуры. 2016. № 3. С. 167–173.

14. Шидо К. В. Рекламный слоган как особый жанр английских рекламных текстов: дис. ... канд. филол. наук. Саратов, 2002. 242 с.

15. Белоусова Н. П. Основные характеристики слогана как субжанра современного российского рекламного дискурса: дис. ... канд. филол. наук. Самара, 2006. 178 с.

16. Романенко Я. Н. Рекламный слоган как объект лингвистического исследования: автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2007. 23 с.

17. Портреты речевых жанров: разные дискурсивные практики / под ред. Т. А. Демешкиной. Томск: Изд-во Том. ун-та, 2016. 278 с.

18. Тортунова И. А. Жанровые и художественные признаки лозунгов и слоганов // INTER-CULTUR@L-NET: междунар. науч.-практ. журн. 2006. Вып. 5. URL: <http://www.my-luni.ru/journal/clauses/100/> (дата обращения: 20.06.2017).

19. Тортунова И. А. Жанрово-стилистический портрет современного политического лозунга // Науч. диалог. 2015. № 9 (45). С. 100–111.

20. Чудинов А. П. Политическая лингвистика. М.: Флинта; Наука, 2008. 254 с.

21. Тортунова И. А. Лозунг как ораторский жанр // Учен. зап. Рос. гос. соц. ун-та. 2012. № 10 (110). С. 159–161.

22. Вальтер Х., Мокиенко В. М. Структура лозунга и его дефиниции // На крыльях слова: материалы междунар. заоч. науч. конф., посвящ. юбилею д-ра филол. наук, проф. С. Г. Шулежковой. Магнитогорск: Магнитогор. дом печати, 2015. С. 289–300.

23. Стеклова Т. И. Декларативность в политическом дискурсе // Политическая лингвистика. 2016. № 5 (59). С. 56–62.

24. Уэллс У., Бернет Дж., Мориарти С. Реклама: принципы и практика: пер. с англ. СПб.: Питер, 1999. 738 с.

25. Кафтанджиев Х. Гармония в рекламной коммуникации. М.: Эксмо, 2005. 366 с.

26. Шатин Ю. В. Построение рекламного текста. М.: Бератор Пресс, 2003. 120 с.

27. Розенталь Д. Э. Язык рекламных текстов. М.: Высш. шк., 1981. 127 с.

28. Рекламный текст: семиотика и лингвистика / под ред. Ю. К. Пироговой, П. Б. Паршина. М.: Междунар. ин-т рекламы, Изд. дом Гребенникова, 2000 г. 270 с.

REFERENCES

1. Shmeleva T. V. Model' rechevogo zhanra [Model of the speech genre]. *Zhanry rechi: sb. nauch. st. Vyp. 1.* [Speech Genres: coll. of sci. art], iss. 1. Saratov, GosUNTs "Kolledzh", 1997. pp. 88–98 (in Russian).

2. Kanturova M. A. Derivacionnye processy v sisteme rechevyh zhanrov (na primere rechevogo zhanra kulinarного recepta) [Derivation processes in the system of speech genres]. Diss. Cand. Sci (Philol.). Novosibirsk, 2012. 169 p. (in Russian).

3. Salimovskij V. A., Jarullin D. V. O tozhdestve rechevogo zhanra [On the Identity of the Speech Genre]. *Speech Genres*, 2017, no. 2(16), pp. 151–159 (in Russian).

4. Orlova N. V. Zhanry razgovornoj rechi i ih «stilisticheskaja obrabotka»: K voprosu o sootnoshenii stilja i zhanra [Genres of colloquial speech and their "stylistic processing": On the question of the relationship between style and genre]. *Zhanry rechi: sb. nauch. st. Vyp. 1.* [Speech Genres: coll. of sci. art], iss. 1. Saratov, GosUNTs "Kolledzh", 1997, pp. 51–56 (in Russian).

5. Steksova T. I. Kommentarij kak rechevoj zhanr i ego variativnost' [Commentary as a speech genre and its variability]. *Zhanry rechi* [Speech Genres], 2014, no. 1–2 (9–10), pp. 81–88 (in Russian).

6. Steksova T. I. Funkcional'no-stiljevyje varianty rechevogo zhanra pros'by [Functional-style versions of the speech genre of the request]. In: *Problemy interpretacionnoj lingvistiki: interpretatory i tipy interpretacii: mezhvuz. sb. nauch. tr.* [Problems of interpretational linguistics: interpreters and types of interpretation. Collection of scientific work]. Novosibirsk, Izd-vo NGPU, 2004, pp. 89–99 (in Russian).

7. Steksova T. I., Lavrent'eva E. V. Osobennosti zhanra obvinenija v politicheskom diskurse. [Features of the genre of prosecution in political discourse.]. *Speech Genres*, 2018, no 2, pp. 104–111 (in Russian).

8. Jakobson R. *Izbrannye raboty* [Selected Works]. Moscow, Progress Publ., 1985. 460 p. (in Russian).

9. *Problemy funkcional'noj grammatiki: semanticheskaja invariantnost' / variativnost'.* [Problems of functional grammar: semantic invariance / variability] St. Petersburg, Nauka Publ., 2003. 400 p. (in Russian).

10. *Lingvisticheskij jenciklopedicheskij slovar'* [Linguistic encyclopedic dictionary]. Moscow, Sov. jenciklopedija, 1990. 683 p. (in Russian).

11. *Slozhnopodchinennoe predlozhenie v leksikograficheskom aspekte* [Complex sentence in the lexicographical aspect]. St. Petersburg, Izd-vo RGPU im. A. I. Gercena, 2008. 346 p. (in Russian).

12. Russinova T. V. K probleme var'irovanija zhanrov (na materiale tekstov direktivnogo zhanra) [To the problem of variation of genres (based on texts of the directive genre)]. *Zhanry rechi: sb. nauch. st. Vyp. 4. Zhanr i koncept* [Speech Genres: coll. of sci. art. Iss 4. Genre and Concept]. Saratov, GosUNTs "Kolledzh", 2005, pp. 399–407 (in Russian).

13. Mokienco V. M. Lozung i reklama v publicisticheskome diskurse (obshhee i razlichnoe) [The slogan and advertising in publicistic discourse (general and various)]. *Problemy istorii, filologii, kul'tury* [Problems of history, philology, culture]. 2016, no. 3, pp. 167–173 (in Russian).

14. Shido K. V. Reklamnyj slogan kak osobyj zhanr anglijskih reklamnyh tekstov [Advertising slogan as a special genre of English advertising texts]. Diss. Cand. Sci. (Philol.). Saratov, 2002. 242 p. (in Russian).

15. Belousova N. P. Osnovnye harakteristiki slogana kak subzhanra sovremennogo rossijskogo reklamnogo diskursa [The main characteristics of the slogan as a subgenre of modern Russian advertising discourse]. Diss. Cand. Sci. (Philol.). Samara, 2006. 178 p. (in Russian).

16. Romanenko Ya. N. Reklamnyj tekst kak ob'ekt lingvisticheskogo issledovanija [Advertising text as an object of linguistic research]. Thesis Diss. Cand. Sci. (Philol.). Moscow, 2007. 23 p. (in Russian).

17. *Portrety rechevyh zhanrov: raznye diskursivnye praktiki* [Portraits of speech genres: different discursive practices]. Tomsk, Izd-vo Tom. Un-ta, 2016. 278 p. (in Russian).

18. Tortunova I. A. Zhanrovyje i hudozhestvennye priznaki lozgov i sloganov [Genre and artistic signs of slogans and slogans] [Elektronnyj resurs]. *INTER-CULTUR@L-NET: mezhdunar. nauch.-prakt. zhur.* 2006. Iss. 5. Available at: <http://www.my-luni.ru/journal/clauses/100/> (Accessed 20 June 2017) (in Russian).

19. Tortunova I. A. Zhanrovo-stilisticheskij portret sovremennogo politicheskogo lozunga [Genre-stylistic portrait of the modern political slogan]. *Nauchnyj dialog*. 2015. № 9 (45), pp. 100–111 (in Russian).

20. Chudinov A. P. *Politicheskaja lingvistika* [Political Linguistics] Moscow, Flinta, Nauka Publ., 2008 254 p. (in Russian).

21. Tortunova I. A. Lozung kak oratorskij zhanr [The slogan as an oratorical genre]. *Uchenye zapiski Ros. gos. soc. un-ta* [Academic notes of Russian State Social University]. 2012, no. 10 (110), pp. 159–161 (in Russian).

22. Val'ter H., Mokienco V. M. Struktura lozunga i ego definicii. [Structure of the slogan and its definition]. In: *Na kryl'jah slova: materialy mezhdunar. zaoch. nauch. konf., posvjashh. jubileju d-ra filol. nauk, prof. G. Shulezhkovej* [On the wings of the word: the materials of the international correspondnce scientific conference, dedicated. the anniversary of Dr. Philol. Sciences, prof. S. G. Shulezhkova]. Magnitogorsk, 2015, pp. 289–300 (in Russian).

23. Steksova T. I. Deklarativnost' v politicheskom diskurse [Declarativeness in political discourse]. *Politicheskaja lingvistika* [Political Linguistics], 2016, no. 5 (59), pp. 56–62 (in Russian).

24. Ujells U., Bernet Dzh., Moriarti S. *Advertising: principles and practices*. St. Petersburg, Piter Publ., 1999. 738 p. (in Russian).

25. Kaftandzhiev H. *Garmonija v reklamnoj kommunikacii* [Harmony in advertising communication]. Moscow, Jeksno Publ., 2005. 366 p. (in Russian).

26. Shatin Ju. V. *Postroenie reklamnogo teksta* [Building advertising text]. Moscow, Verator Press Publ., 2003. 120 p. (in Russian).

27. Rozental' D. Je. *Jazyk reklamnyh tekstov* [Language of advertising texts]. Moscow, Vysshaja shkola Publ., 1981. 127 p. (in Russian).

28. *Reklamnyj tekst: semiotika i lingvistika* [Advertising text: semiotics and linguistics]. Moscow, Mezhdunar. in-t reklamy, Izdatel'skij dom Grebennikova, 2000. 270 p. (in Russian).

Статья поступила в редакцию 17.12.2017

БИБЛИОГРАФИЧЕСКОЕ ОПИСАНИЕ СТАТЬИ

Стексова Т. И., Крылов Ю. В. Новая жизнь старого жанра: к проблеме вариативности жанра (на материале лозунга и слогана) // *Жанры речи*. 2018. № 3 (19). С. 179–188. DOI: 10.18500/2311-0740-2018-3-19-179-188

For citation

Steksova T. I., Krylov Yu. V. New Life of the Old Genre: to the Problem of Variability in the Genre. *Speech Genres*, 2018, no. 3 (19), pp. 179–188. DOI: 10.18500/2311-0740-2018-3-19-179-188

УДК 81'27:811.161.1

ББК 81

DOI: 10.18500/2311-0740-2018-3-19-189-194

Д. А. Алексеева
Саратов, Россия

Dina A. Alexeeva
Saratov, Russia

**СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ
МЕТАФОРА В ЖАНРАХ
ПОЛОЖИТЕЛЬНОГО И ОТРИЦАТЕЛЬНОГО
ЭМОЦИОНАЛЬНОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ**

**SOCIO-ECONOMIC METAPHOR
IN THE GENRES OF POSITIVE
AND NEGATIVE EMOTIONAL IMPACT**

В статье рассматривается использование метафор в рамках речевых жанров эмоционального воздействия на адресата. Приводится теоретическое обоснование выделения данных жанров с описанием их особенностей и средств реализации интенции говорящего в зависимости от того, является ли желаемое эмоциональное воздействие положительным или отрицательным. На основе работ учёных, условно объединённых по принципу семантического изучения РЖ, исследуются речевые средства подобного воздействия, что подразумевает в том числе изучение функционирования лексики в определённых РЖ. Методы корпусной лингвистики применяются для подтверждения гипотез, основанных на анализе лексики отдельной лексико-семантической группы определённого семантического поля (СП «Имущественные и товарно-денежные отношения») после этапа работы со словарными источниками. Отмечаются преимущества и недостатки привлечения корпуса для увеличения эмпирической базы. Приводятся метафорические модели, выявленные на основе частотного употребления метафорических единиц в корпусе.

Ключевые слова: метафоры, речевые жанры, эмоциональное воздействие, корпусная лингвистика, социально-экономическая сфера.

The article deals with the use of metaphors in the context of speech genres of emotional impact on the addressee. The theoretical substantiation of these genres with the description of their features and means of realizing the speaker's intent are presented, taking into account whether the desired emotional impact is positive or negative. On the basis of the works of scientists united upon being founded on the principle of semantic study of speech genres, verbal means of such impact are studied, of which the main focus is on the semantic means, which implies, among other things, the study of vocabulary within certain speech genres. The methods of corpus linguistics are used to confirm hypotheses based on the analysis of lexicon of a lexical-semantic group of a certain semantic field (in this case, the semantic field of "Property and commodity-monetary relations"). The analysis is preceded by working with the dictionary sources. The advantages and disadvantages of referring to the linguistic corpus to increase the empirical base are noted. The metaphorical models, revealed on the basis of the frequent use of metaphorical units in the corpus, are given.

Key words: metaphors, speech genres, emotional impact, corpus linguistics, socio-economic sphere.

Сведения об авторе: Алексеева Дина Алексеевна, преподаватель кафедры английского языка и межкультурной коммуникации.

Место работы: Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н. Г. Чернышевского

E-mail: alexeeva.collect@gmail.com

ORCID 0000-0002-8979-9941

About the author: Alexeeva Dina Alekseyevna, Lecturer of the Department of English Language and Intercultural Communication.

Place of employment: Saratov State University.

E-mail: alexeeva.collect@gmail.com

ORCID 0000-0002-8979-9941

Введение

Любое высказывание нацелено на оказание определенного воздействия на знания, поведение или эмоциональное состояние адресата. При этом коммуникативная цель высказывания может оказаться недостигнутой, так как желаемое воздействие может не совпасть с оказанным по факту [1 : 294]. Как пишет М. Ю. Федосюк, «По нашим наблюдениям, механизм воздействия на эмоции адресата

вообще несколько отличается от механизма воздействия на его знания или поведение» [2 : 70]. Для апелляции к знаниям или воздействию на поведение адресата говорящий может эксплицитировать жанровую форму высказывания, тем самым информируя своего адресата о коммуникативной цели. Когда говорящий ставит перед собой задачу вызвать определённую эмоцию, чёткое обозначение и проговаривание коммуникативной цели неуместно: «я могу уди-

вить, огорчить или унижить вас посредством той или иной локции, хотя не существует иллокутивных формул “Я удивляю вас тем-то...”, “Я огорчаю вас тем-то...”, “Я унижаю вас тем-то...”» [3 : 97].

Исходя из этого, М. Ю. Федосюк делает вывод, что если воздействие на эмоции не может быть первичной целью некоего речевого жанра, то оно может считаться его вторичной или опосредованной целью. А значит, оно не так жестко закреплено за конкретными жанрами. На основании этого он выделяет речевые средства эмоционального воздействия: семантические (обусловленные жанровой принадлежностью и содержанием высказывания), прагматические (обусловленные определённым характером речевого поведения говорящего) и стилистические (обусловленные особенностями выбора языковых средств) [4].

В рамках семантических средств эмоционального воздействия выделяют эксплицитную или имплицитную оценку адресата. Отрицательно-оценочные высказывания варьируют по своей мотивировке: дать выход отрицательным эмоциям или сделать неприятное адресату; дать понять, что адресат поступал плохо, и мотивировать его не повторять это действие; испортить репутацию адресата [5 : 196–197]. Положительно-оценочные высказывания могут быть обусловлены следующими интенциями говорящего: «поддержать речевой контакт с партнером по общению; предупредить негативную реакцию адресата на некоторое сообщение; устранить отрицательное отношение адресата к говорящему; поощрить поступки адресата и, наконец, вызвать расположение адресата к говорящему (в том числе и как к лицу противоположного пола)» [2 : 71].

Основополагающее прагматическое средство отрицательного эмоционального воздействия – стремление говорящего прервать коммуникацию, а положительного – как можно дольше продлить общение. В обоих случаях, однако, может присутствовать переход одного или обоих участников диалога с обращения на «вы» к «ты», разумеется, при этом преследуются совершенно разные цели (в первом случае – убрать дистанцию, дабы показать своё неуважение к адресату, а во втором – чтобы показать дружеское расположение): «При всем громадном различии между фамильярными и интимными жанрами (и соответственно стилями) они одинаково ощущают своего адресата в большей или меньшей степени вне рамок социальной иерархии и общественных условностей» [6 : 292–293]. Что «порождает специфическую откровенность речи (в фамильярных стилях доходящую иногда до цинизма). В интимных стилях это выража-

ется в стремлении как бы к полному слиянию говорящего с адресатом речи» [Там же].

Стилистические средства зависят от контекста ситуации, для осуществления положительного эмоционального воздействия, к примеру, в речь вводятся ласковые обращения и слова с уменьшительно-ласкательными суффиксами. Что касается отрицательного эмоционального воздействия, то подобные высказывания часто даются в виде РЖ похвалы, сообщения, совета, замечания, за ними нет закрепленных жанровых форм, они не являются речевыми жанрами, ведь «говорящие не заинтересованы в их адекватной квалификации адресатами» [2 : 87].

Отметим, что сделанное М. Ю. Федосюком определение РЖ по наличию оценочного компонента, поддерживаемого в рамках данной культуры, не является единственным. В. Е. Гольдин [6] выделяет типы РЖ по иному основанию – темпоральному (ситуация, событие, поступок): «Наиболее естественно, связывать категорию жанра с категорией ситуации как формы, структуры события» [7 : 32]. Речевое действие, лежащее в основе речевого события, позволяет выделить РЖ ответ, разговор, извинение, объяснение, спор. Хотя эти учёные не пришли к единой типологии жанров, равно как и не выделили единые критерия выделения РЖ, мы будем опираться на их исследования в целом, так как все они «имеют целью анализ семантики речевых жанров», привлекая для этого анализ лексики [1 : 47].

1. Изучение метафор с помощью методов корпусной лингвистики

Анализ текста на основе работы с корпусом текстов позволяет сократить работу лингвиста, увеличить объем обрабатываемых данных, исключить ошибки в подсчетах [8 : 48]. Нами уже неоднократно использовался материал Национального корпуса русского языка (НКРЯ) для привлечения эмпирической базы [9, 10, 11].

Изучение функционирования метафор в рамках определённого жанра может выявить необычность их употребления в данном конкретном жанре, как это показано в работах Л. В. Балашовой: «В различных жанрах, связанных с религиозным дискурсом в древнерусском языке (переводные религиозные тексты: псалтыри, палеи, жития святых и др.; жития русских святых, княжеские жития, проповедническая литература и т. п.), можно обнаружить специфические метафорические производные, построенные по моделям, во многом противоречащим тем, что функционируют в других жанрах древнерусской письменности (летописи, грамоты и т. д.)» [12 : 307].

2. Социально-экономические метафоры, представленные в НКРЯ

Нами были рассмотрены социально-экономические метафоры на материале Национального корпуса русского языка. В данной статье приведены примеры по малой лексико-семантической группе (ЛСГ) слов иноязычного происхождения с общей семой «денежные средства»: *аванс, актив, капитал, чек, кредит*.

Лексическая единица ЛЕ *аванс* ‘предварительная выплата заказчиком некоторой денежной суммы в счёт предстоящих платежей за поставляемые товары, выполняемые работы, услуги’ в переносном значении ‘доверие, оказанное кому-либо заранее, которое необходимо оправдать в будущем’ встречается в спортивном дискурсе: *Фактически этот список (игроков. – примеч. Д. А.) – не что иное, как аванс (такие игроки, как Тлисов, Пиюк, братья Березуцкие, не провели в нынешнем чемпионате России и полуфиналы полных игр)* [Денис Быстров. Команда молодости. Валерий Газзаев называет список кандидатов в сборную России (2002) // Известия, 2002.08.06].

В студенческом дискурсе также зафиксированы примеры использования данной ЛЕ: *При мне поставила авансом зачет первокурсу* [студенту первого курса. – примеч. Д. А.] *с кучей пропусков* [Переписка в icq между agd-ardin и Колючий друг (2008.01.17)].

В приведённых примерах на адресата оказывается отрицательное эмоциональное воздействие – попытка вызвать осуждение ситуации (РЖ «осуждение»), так как в данных употреблениях явно присутствует компонент «незаслуженное вознаграждение». Однако это не значит, что употребление данной единицы всегда связано с попыткой оказать отрицательное эмоциональное воздействие. Например, в отрывке:

Именно по её инициативе в конце сорок седьмого года Павлу Алексеевичу дали звание члена-корреспондента Академии медицинских наук и в те же дни – новую квартиру в только что отстроенном доме для медицинской знати. Это был как будто аванс под будущие государственные свершения [Людмила Улицкая. Казус Кукоцкого [Путешествие в седьмую сторону света] // Новый Мир, 2000].

Дальше по тексту создаётся некий комический эффект за счёт выведения единицы в роль подлежащего, хотя очевидно, что имеющееся метафорическое значение уместно исключительно в роли сказуемого:

Аванс был прекрасным – трехкомнатная квартира с семиметровым чуланом при кухне

[Там же]. Можно предположить, что автор иронизирует по поводу сложившейся ситуации и «приглашает» адресата поступить так же.

Это не единственное зафиксированное словарями переносное значение данной единицы, что находит своё отражение в корпусе. В значении ‘заранее, загодя, в счёт будущего’ (в словаре приводится с пометой «разг.») встречается в следующих примерах: ‘мне *авансом* подарки!’ [Телефонный разговор о подготовке к юбилею // Из коллекции НКРЯ, 2007], и ‘заранее, *авансом* блаженствуя’ [Татьяна Толстая. Река Оккервиль (1983)]. Здесь уместно говорить о нейтральном употреблении единицы.

Любопытно отметить, что переносное значение данной единицы чаще фиксируется в текстах основного корпуса. В устном подкорпусе НКРЯ на 51 вхождение лишь 4 метафоры. И это притом, что тексты приведены в «условно» устной форме – на материале письменного источника:

1. *Я вижу вокруг себя льстивые улыбки, низкие поклоны, дамские авансы* [Эльдар Рязанов, Григорий Горин. О бедном гусаре замолвите слово, к/ф (1980)].
2. *Глазки посторонним строишь, авансы, так скатать, раздаёшь, а потом из-за тя драка* [Станислав Говорухин и др. Место встречи изменить нельзя, к/ф (1979)].
3. *Улыбнись, как будто аванс даёшь. Так ему глазки сострой, как будто кредит открываешь. Покажи товар лицом* [Георгий Товстоногов и др. Ханума (телеспектакль) (1978)].
4. *Авансом тебе* [Евгений Шерстобитов. Аква-ланги на дне, к/ф (1965)].

Примеры из основного корпуса отражают устную речь, что говорит об определённом дисбалансе наполнения корпуса.

Всего же из более полутора тысяч вхождений ЛЕ *аванс* в основном корпусе НКРЯ 15% являются метафорами, что сопоставимо с другими единицами СП «Имущественные и товарно-денежные отношения» и значительно выше данных по остальным ЛЕ рассматриваемой ЛСГ.

Финансовый термин *актив* с основным значением ‘часть баланса предприятия, учреждения: стоимость всех его материальных ценностей (денежных средств, имущества, долговых требований к другим предприятиям и т. п.)’ и переносным ‘чи-либо успехи, достижения, преимущества и т. п.’ (в словаре приводится с пометой «разг.») используется с исключительно положительной коннотацией и апеллирует к чувствам адресата через РЖ комплимент (мы воспринимаем его как РЖ, хотя само выделение такого жанра ставится под сомнение в работах М. Ю. Федосюка):

1. Однако же Ди Каприо впоследствии многими работами смог доказать свое актерское мастерство, с поразительным успехом вживаясь в самые разнообразные роли. Роль в этом фильме, безусловно, можно внести в актив Леонардо [коллективный. Форум: Рецензия на фильм «Поймай меня, если сможешь» (2006–2011)].
2. В активе всей троицы [про грузовики] – хорошая тяга на малых оборотах, прекрасный обзор [Анатолий Карпенков, Юрий Нечетов. Балтийские головостики (2003) // «За рулем», 2003.05.15]

Данная единица может использоваться и в отрицательно-оценочных высказываниях с мотивировкой испортить репутацию адресата:

1. Местные чиновники, например, когда человек отстроит себе дом, деньги, выделенные на реконструкцию жилого фонда, делят с этим человеком пополам, а дом записывают себе в актив [Волеизъявление (2003) // Еженедельный журнал, 2003.03.17].
2. Строго же говоря, доклад посвящён не столько анализу существа проблемы, сколько представляет собой самоотчёт Госдепартамента перед законодателями о проделанной работе по улучшению правозащитной ситуации в странах, произвольно записанных в «группу риска». В «актив» Госдепартаменту записывается и то, что многие из них, включая Россию, законодательно ужесточили ответственность за торговлю людьми и подневольный труд, и получаемое ими американское финансовое содействие по линии гражданского общества и НПО [Комментарий Департамента информации и печати МИД России в связи с докладом Госдепартамента США об усилиях американской дипломатии по улучшению правозащитной ситуации в мире // Дипломатический вестник, 2004]. Обратите внимание, автор берёт данную единицу в кавычки, либо не считая данное значение регулярным, либо акцентируя, что в данном случае это не достижения. Как нам кажется исходя из контекста, второе объяснение более состоятельно.

Схожее переносное значение ('то, что представляет собой большую ценность, важное достояние') имеет и ЛЕ *капитал* ('совокупность средств – имущество, деньги, недвижимост – приносящих прибыль'):

1. Эта классификация имеет целый ряд недостатков. <...> В ней, естественно, не могут быть отражены и такие существенные факторы общественного различия, как размеры социальных ре-

сурсов «капиталов», которыми располагают представители разных групп и социальных слоёв [Янис Астафьев. Кто будет работать в России в 2015 году? // «Отечественные записки», 2003].

2. Согласно теории человеческого капитала, поток мигрантов зависит от получения информации о возможностях трудоустройства в других местах. [Снижение масштабов внутренней миграции населения в России: опыт оценки динамики по данным текущего учета // «Вопросы статистики», 2004]. Термин.
3. В частности, демография вносит свой вклад в анализ и прогнозирование трудовых ресурсов, в анализ так называемого человеческого капитала, который предполагает не только численность ресурсов трудовых, но и их квалификацию, их качество, которое измеряется через уровень образования населения. [Далхат Эдиев. Арифметика населения. Проект Academia (ГТРК Культура) (2010)]. Термин.
4. Мы пытаемся заработать свой политический капитал на том, что помогаем людям. [Андрей Андреев. Будущее принадлежит нам! (2003) // «Завтра», 2003.08.22]. Попытка предупредить негативную реакцию адресата на некоторое сообщение – положительное эмоциональное воздействие.
5. Но с другой стороны, я-то полагаю, тут я, пожалуй, не соглашусь с Марьяной, что чем больше мы будем обсуждать проблему свободного времени ребенка, именно свободного времени, как Маркс писал, что самый большой капитал, это свободное время, так и здесь [Беседа А. Норкина с А. Адамским в эфире радиостанции «Эхо Москвы» // «Эхо Москвы», 2003–2004]. Мотивировкой выступает желание говорящего поддержать речевой контакт с партнером по общению.

Второе метафорическое значение ЛЕ *капитал* ('внутренние качества человека, как ценное достояние, собственность, имущество' – с пометкой «книжн.») не находит подтверждения на материале НКРЯ, кроме единичных примеров:

... собственный финансовый капитал, очень серьезный, и таланта капитал вытаскивается за пределы России [Беседа А. Венедиктова с И. Рыбкиным в эфире радиостанции «Эхо Москвы» // «Эхо Москвы», 2003–2004].

Процентное соотношение употреблений в переносном значении для этих ЛЕ в основном корпусе НКРЯ значительно ниже (7% для ЛЕ *актив* и 5% для ЛЕ *капитал*).

Что касается ЛЕ *чек* и *кредит*, то они не производят метафорические единицы. Дан-

ные словарей по отсутствию переносных значений у ЛЕ чек подтверждаются данными НКРЯ, что можно связать с непопулярностью чеков в качестве платёжного средства среди большинства носителей языка. ЛЕ *кредит* имеет переносное значение лишь в рамках фразеологической единицы *кредит доверия*, которая также вовлечена в иную метафорическую модель – в пространственную: *Кредит доверия не безграничен* [коллективный. Форум: 12 часов в день? Не могу согласиться с М. Прохоровым (2010–2011)].

Заключение

В конце хотелось бы подчеркнуть, что указанные примеры были получены методом сплошной выборки из НКРЯ, так как уже имеющееся жанровое членение корпуса несовершенно с точки зрения теории речевых жанров (ТРЖ) (подробнее см. в работе В. В. Дементьева и Н. Б. Степановой [13 : 25]. Но само наличие такого инструмента, как национальный корпус языка, существенно облегчает выполнение лингвистических задач и позволяет делать выводы более основательно. Ведь именно ограниченность материала, его возможная односторонность и то колоссальное количество времени, которое необходимо для сбора и обработки языкового материала, часто затрудняло работу «полевых» лингвистов.

Подводя итоги, отметим, что метафоры частотны в жанрах положительного и отрицательного эмоционального воздействия, что связано с их ярко выраженной положительной / отрицательной коннотацией в сознании носителей языка. Социально-экономическая метафора за счёт экспрессивной оценки характеризуемого явления участвует косвенным образом в оказании воздействия, то есть существенно облегчает реализацию основных мотивировок положительно- и отрицательно-оценочных высказываний, а следовательно, реализацию семантических средств эмоционального воздействия.

Рассмотренная ЛСГ слов иноязычного происхождения с общей семой «денежные средства» была выбрана нами как показательная по двум причинам: во-первых, для того чтобы оценить частотность метафор на базе заимствованной лексики (от 5 до 15% метафор от общего числа употреблений ЛЕ), во-вторых, чтобы показать, что единицы всех ЛСГ в рамках СП «Имущественные и товарно-денежные отношения», даже предположительно менее продуктивные, выступают в роли речевых средств эмоционального воздействия.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Дементьев В. В. Теория речевых жанров. М. : Знак, 2010. 600 с.
2. Федосюк М. Ю. Исследование средств речевого воздействия и теория жанров речи // Жанры речи : сб. науч. ст. Саратов : ГосУНЦ «Колледж», 1997. Вып. 1. С. 66–88.
3. Остин Дж. Л. Слово как действие // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 17. М. : Прогресс, 1986. С. 22–130.
4. Федосюк М. Ю. Средства отрицательного эмоционального воздействия на адресата в русской речи // Russian Language Journal. East Lansing, Michigan, 1992. P. 153–155.
5. Гловинская М. Я. Семантика глаголов речи с точки зрения теории речевых актов // Русский язык в его функционировании. Коммуникативно-прагматический аспект. М. : Наука, 1993. С. 158–218.
6. Бахтин М. М. Проблема речевых жанров // Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества. М. : Искусство, 1986. С. 250–296.
7. Гольдин В. Е. Имена речевых событий, поступков и жанры русской речи // Жанры речи. Саратов : ГосУНЦ «Колледж», 1997. Вып. 1. С. 23–34.
8. Богданова С. Ю. Возможности корпусной методологии в решении лингвистических задач // Вестн. ИГЛУ. 2012. № 2 (18). С. 47–53.
9. Алексеева Д. А. Метафоризация лексики товарно-денежных отношений в русском языке (на материале словарей и НКРЯ) // Филологические этюды. Саратов : Изд-во Сарат. ун-та, 2014. Вып. 17 : в 2 кн. Кн. 2. С. 158–161.
10. Алексеева Д. А. Социально-экономические метафоры в современных СМИ и сленге // Политическая коммуникация : перспективы развития научного направления : материалы Междунар. науч. конф. (Екатеринбург, 26–28 августа 2014 г.). Екатеринбург : Изд-во Урал. гос. пед. ун-та, 2014. С. 10–13.
11. Алексеева Д. А. Социально-экономические метафоры в медийном дискурсе // Политическая лингвистика. Екатеринбург : Изд-во Урал. гос. пед. ун-та, 2015. Вып. 1 (51). С. 146–152.
12. Балашова Л. В. Концептуальная метафора и литературные жанры // Жанры речи. Саратов : ГосУНЦ «Колледж», 2005. Вып. 4. Жанр и концепт. С. 306–317.
13. Дементьев В. В., Степанова Н. Б. Корпусная генеристика : проблема ключевых фраз // Жанры речи. 2016. № 1. С. 24–41. DOI : 10.18500/2311-0740-2016-1-13-24-41

REFERENCES

1. Demytyev V. V. *Teorija rechevyh zhanrov* [The theory of speech genres]. Moscow, Znak Publ., 2010. 600 p. (in Russian).
2. Fedosyuk M. Yu. *Issledovaniye sredstv rechevogo vozdeystviya i teoriya zhanrov rechi* [Research means of speech influence and theory of speech genres]. *Zhanry rechi : sb. nauch. st.* [Speech Genres : coll. of sci. art.], iss. 1. Saratov, GosUNTs "Koledzh", 1997, pp. 66–88 (in Russian).
3. Austin J. *Slovo kak deystvie* [Word as action]. *Novoe v zarubezhnoy lingvistike* [New in foreign linguistics]. Iss. XVII. Moscow, Progress Publ., 1986, pp. 22–129 (in Russian).

4. Fedosyuk M. Yu. Sredstva otricatel'nogo emocional'nogo vozdeystviya na adresata v russkoj rechi [Means of negative emotional impact on the addressee in Russian speech]. *Russian Language Journal*. East Lansing, Michigan, 1992, pp. 153–155 (in Russian).

5. Glovinskaja M. Ja. Semantika glagolov rechi s točki zrenija teorii rečevykh aktov [Semantics of speech verbs with regard to speech acts theory]. In: *Russkij jazyk v ego funkcionirovanii. Kommunikativno-pragmatičeskij aspekt* [Russian language in its functioning. Communicative-pragmatic aspect]. Moscow, Nauka Publ., 1993, pp. 158–218 (in Russian).

6. Bakhtin M. M. Problema rečevykh zhanrov [Problem of speech genres]. In: *Estetika slovesnogo tvorčestva* [Aesthetics of verbal creativity]. Moscow, Iskusstvo Publ., 1986, pp. 250–296 (in Russian).

7. Goldin V. E. Imena rečevykh sobytij, postupkov i zhanry russkoj rechi [Names of speech events, of speech deeds, and of genres of Russian speech]. *Zhanry rechi: sb. nauch. st.* [Speech Genres: coll. of sci. art.], iss. 1. Saratov, GosUNTs “Kolledzh”, 1997, pp. 23–34 (in Russian).

8. Bogdanova S. Yu. Vozmožnosti korpusnoj metodologii v rešenii lingvističeskix zadax [Capabilities of corpus methodology in solving linguistic problems]. *Vestnik IGLU* [Bulletin of ISLU], 2012, iss. 2 (18), pp. 47–53 (in Russian).

9. Alexeeva D. A. Metaforizacija leksiki tovarno-denezhnyh otnošenij v russkom jazyke (na materiale slovarj i NKRYa) [Metaphorization of vocabulary of commodity-money relations sphere in the Russian language

(on the material of dictionaries and the Russian National Corpus)]. *Filologičeskie etudy* [Philological etudes]. Iss. 17: in 2 vol. Vol. 2. Saratov, Izd-vo Sarat. un-ta, 2014, pp. 158–161 (in Russian).

10. Alexeeva D. A. Social'no-ekonomičeskie metafory v sovremennyh SMI i slenge [Socio-economic metaphors in modern media and slang]. In: *Politicheskaja kommunikacija: perspektivy razvitija nauchnogo napravlenija: materialy Meždunar. nauch. konf. (Ekaterinburg, 26–28.08.2014)* [Political communication: perspectives of the development of the scientific direction: materials of the Intern. Sci. Conf. (Ekaterinburg, August 26–28, 2014)]. Ekaterinburg: Izd-vo Ural. gos. ped. un-ta, 2014, pp. 10–13 (in Russian).

11. Alexeeva D. A. Social'no-ekonomičeskie metafory v medijnom diskurse [Socio-economic metaphors in media discourse]. *Politicheskaja lingvistika* [Political Linguistics]. Iss. 1 (51). Ekaterinburg: Izd-vo Ural. gos. ped. un-ta, 2015, pp. 146–152 (in Russian).

12. Balashova L. V. Konceptual'naja metafora i literaturnye zhanry [Conceptual metaphor and literary genres]. *Zhanry rechi* [Speech Genres]. Iss. 4. Zhanr i koncept [Genre and concept]. Saratov: GosUNTs “Kolledzh” Publ., 2005, pp. 306–317 (in Russian).

13. Demytyev V. V., Stepanova N. B. Korpusnaja genristika: problema ključevykh fraz [Corpus genristics: a problem of key phrases]. *Speech Genres*, 2016, iss. 1, pp. 24–41. DOI: 10.18500/2311-0740-2016-1-13-24-41 (in Russian).

Статья поступила в редакцию 29.11.2017

БИБЛИОГРАФИЧЕСКОЕ ОПИСАНИЕ СТАТЬИ

Алексеева Д. А. Социально-экономическая метафора в жанрах положительного и отрицательного эмоционального воздействия // *Жанры речи*. 2018. № 3 (19). С. 189–194. DOI: 10.18500/2311-0740-2018-3-19-189-194

For citation

Alexeeva D. A. Socio-economic Metaphor in the Genres of Positive and Negative Emotional Impact. *Speech Genres*, 2018, no. 3 (19), pp. 189–194. DOI: 10.18500/2311-0740-2018-3-19-189-194

ЖАНРЫ В ХУДОЖЕСТВЕННОМ ТВОРЧЕСТВЕ

УДК 81'1

ББК 81

DOI: 10.18500/2311-0740-2018-3-19-195-202

В. В. Прозоров
Саратов, Россия**Valeri V. Prozorov**
Saratov, Russia**ПРОФЕССИОНАЛЬНО-КРИТИЧЕСКОЕ
ВЫСКАЗЫВАНИЕ КАК РЕЧЕВОЙ ЖАНР****PROFESSIONAL-CRITICAL UTTERANCE
AS A SPEECH GENRE**

Мера профессионализма критика определяется умением оценить объект своего наблюдения, исходя из внутреннего его свойств и насущных запросов общества. В частности, медиакритика – пристрастное осмысление конкретных результатов работы средств массовой информации с точки зрения формирующихся представлений о должном качестве журналистского труда. По законам жанра в медиакритическом высказывании заложены основы драматического сценария. В составе действующих сил – критик, критикуемый медиатекст, стоящий за ним автор-журналист, часто – другие критики, участвующие в полемике по поводу данного медиатекста, и предполагаемая аудитория (читающая публика, зрители, пользователи Сети). Речевой жанр медиакритического высказывания отмечен в России внутренней патерналистской установкой на разговор по душам со «своими», близкими пользователями медиапродукта. В отечественных версиях наблюдаемого жанра, как правило, обнаруживает себя явная или скрытая вера в возможность непременно обретения прозелитов.

Ключевые слова: профессиональная критика, литературная критика, медиакритика, информативные жанры, драматический род.

The measures of professionalism of a critic is determined by the ability to assess the object of his observation, based on its internal properties and the vital demands of society. In particular, media criticism is an biased interpretation of the concrete results of the work of the mass media in terms of emerging ideas about the proper quality of journalistic work. According to the rules of the genre, a dramatic script is laid down in a media-critical utterance. As parts of the acting forces there are a critic, criticized media text, the author-journalist behind him, often – other critics participating in the controversy over this media text, and the intended audience (reading public, viewers, web users). The speech genre of media-critical utterance is noted in Russia by an internal paternalistic attitude to a heart-to-heart talk with "our own", close users of the media product. In the domestic versions of the observed genre, as a rule, there is a clear or hidden belief in the possibility of an indispensable acquisition of proselytes.

Key words: professional criticism, literary criticism, media criticism, informative genres, dramatic genus.

Сведения об авторе: Прозоров Валерий Владимирович, доктор филологических наук, профессор, научный руководитель Института филологии и журналистики.

Место работы: Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н. Г. Чернышевского.

E-mail: Philology@sgu.ru

ORCID 0000-0002-6386-0759

About the author: Prozorov Valeri Vladimirovich, Doctor of Philology, Professor, Scientific Adviser of the Institute of Philology and Journalism.

Place of employment: Saratov State University.

E-mail: Philology@sgu.ru

ORCID 0000-0002-6386-0759

Известно, что в самом понятии «жанр» заключены смыслы, вызывающие в нас устойчивые, поддерживаемые памятью поколений и накапливаемые собственным жизненным опытом, представления о содержательности структурных ожиданиях, наследственно привязанных к данной разновидности текста. Соглашаясь с Т. В. Шмелёвой относительно того, что «теорию речевых жанров надо выво-

дить за пределы повседневной коммуникации и «охватывать» все сферы коммуникации» [1 : 35], мы обратимся к текстам социально-культурного института критики как явления вторичного речевого жанра (по терминологии М. М. Бахтина [2 : 239]). Тексты социально-культурного института критики представляют специальный (пока преимущественно литературоведческий и культурологический) интерес

с точки зрения их постоянно расширяющихся сфер бытования, общественно заданных властных полномочий и соприродной им актуальности.

Сферы бытования усердно и динамично пополняются и расширяются. К критике литературной, журналистской, музыкальной, художественной, театральной, оперной, балетной в разное время прибавлялись кинокритика, критика архитектурная, цирковая, телевизионная, критика радиоискусства, ресторанный критика, рекламная критика, критика моды (fashion-критика), уверенно набирающая в настоящее время ускорение критика компьютерных игр.

Общественные полномочия профессиональной критики несомненны. Чем выше социальный статус данной отрасли культуры в реальном современном её осуществлении, тем регулярнее, мощнее и авторитетнее звучит голос критики, сопричастной этой отрасли. Чтобы понять справедливость подобного заключения, достаточно сравнить, скажем, социальную роль и общественный вес русской литературной критики в веке девятнадцатом (литературные критики – властители дум читающей публики) и, напротив, в веке двадцать первом. Подобная метаморфоза понятна: в эпохи отсутствия более или менее надежных демократических институтов критика в России неизменно берёт на себя многие из их функций (стеснённое цензурой, часто эзоповски закомуфлированное, но, тем не менее, публичное обсуждение социально значимых проблем прежде всего внутренней жизни страны) и таким образом оказывается в центре мощного общественного притяжения.

Наконец, про актуальность. Она для любой профессиональной критики является величинной целеполагающей. Критическое высказывание – более или менее аргументированная оценка с опорой на признанные самим критиком и освещённые традицией (в том числе и вступающие в спор с традицией) критерии и выработанные им вкусы. Высказывание это всегда обращено к свежеприготовленным продуктам, к сравнительно недавно объявившимся текстам, к новым явлениям культуры. Критика по природе своей с неперменным постоянством и регулярностью ориентирована на современность и злободневность. Сам критик в этом смысле наделен статусом первоходца-оценщика и адвоката общественных потребностей и вкусов.

Не существует в реальности специальной, обособленной от самого предмета рефлексии, критики научной. Собственно критические функции постоянно и последовательно берет на себя сама научная дисциплина, сам научно-исследовательский опыт в данной от-

расли познания. Касается это и таких областей познания, как философия науки, наукометрия, науковедение. Наука включает в себя критику как естественную и неотъемлемую составную свою часть. Профессионально-критические процедуры органично вплетаются в процесс познания, непрерывно его сопровождают и служат некоторой гарантией честного, предусмотрительно правильного, корректного восхождения к истине.

Критика как суверенный оценочно-аналитический род деятельности обращена прежде всего к разнообразному миру искусств, к непрерывно развивающейся художественной культуре. Наука сама себя критикует, а искусствам нужен оценочный взгляд чуть-чуть со стороны.

Профессиональная критика (в отличие, скажем, от критики любительской) – творческая работа, ставшая или становящаяся для её автора преобладающим родом занятий. Мера профессионализма критика определяется умением комплексно оценить объект своего наблюдения, исходя из внутренних его свойств и развивающихся потребностей общества.

Что касается художественной словесности, то сопряжение собственного эстетического опыта и литературной неизведанности – одна из постоянно одолеваемых сложностей профессиональной литературной критики. Отмечая высокое и трудное предназначение истинной критики, О. А. Седакова в интервью журналу «Нескучный Сад» признаётся: «Узнать гения в современнике – может быть, не меньший дар, чем быть гением. Нужно для этого быть очень чутким, открытым к новому и свободным от общих предвзятых мнений» [3].

Экспертных критических оценок ждут, к ним прислушиваются, с ними не могут не считаться. Критический суд – справедливый, доказательный, разносторонний, пристрастный, предвзятый, склонный к очевидным крайностям – всякий, в конечном счёте, в сложной совокупности своих высказываний, является предпосылкой нормального течения дел в данной области культуры. Опрятно функционирующая в социуме критика – существенный признак здоровья и способ профилактики разного рода общественно-культурных недугов. В письме от 14 января 1887 г. А. П. Чехов старательно и точно разъясняет на этот счёт свою позицию детской писательнице М. В. Киселёвой: «Я согласен, без обуздывания и палки нельзя, ибо и в литературу заползают шулера, но, как ни думайте, лучшей полицией не изобретете для литературы, как критика и собственная совесть авторов. Ведь с сотворения мира изобретают, но лучшего ничего не изобрели...» [4 : 12].

Для более пристального и конкретного внимания к речевому жанру специальной критики

мы сосредоточимся на журналистской критике (медиакритике) в России. Под профессиональной журналистской критикой мы понимаем оценочный анализ, последовательно и выскательственно направленный на любую (печатную, аудио-, видео-, интернет-) разновидность медиатекста, имеющий в виду цели и задачи конкретного медийного проекта, степень и мастерство их реализации, характер воздействия медийного текста на целевую аудиторию и др. Попутное же обращение к опытам критики литературной вызвано в первую очередь тем, что отечественная медиакритика возникла и развивалась у нас в жанровом поле развёрнутых оценочных суждений, касающихся прежде всего художественной словесности.

* * *

Профессиональная критика немислима вне атмосферы литературных споров и полемических дискуссий. Лидеров профессиональной критики писатели, близкие им по духу, по складу идейно-творческих представлений, по характеру эстетических и этических исканий, признают провозвестниками новых литературных направлений, течений и школ. Так, «натуральная школа» в русской литературе 1840-х гг. органично связывала себя с именем В. Г. Белинского. Литературно-критическая деятельность В. С. Соловьёва неразрывна с судьбой символизма в отечественной поэзии рубежа XIX–XX веков.

В условиях тоталитарного или близкого к нему жизнеустройства профессиональная критика с неизбежностью делится:

- на ортодоксальную, угождающе-громкогласую, старательно обслуживающую спущенные сверху «предписания» и «установки»;
- искренне поддерживающую «светлые стороны» властной идеологии и подвергающую сомнению некоторые из очевидных догматических её постулатов;
- внутренне оппозиционную, отстаивающую самостоятельность и искренность литературно-критического слова.

Показателем устойчивой профессионализации литературной критики является учреждение особых рецензионных отделов и рубрик в периодической печати, в электронных СМИ, организация секций, объединений литературных критиков. Отчётливо обозначившиеся в социально-культурной практике и ставшие традиционными жанры профессиональной критики – литературно-критические статьи, циклы статей, обзоры, годовые или иные по хронологическим объёмам обозрения, очерки, рецензии, программные манифесты, библиографические

заметки, аннотации, разноформатные критические отклики в Интернете и т. п.

К функциям профессионально-критических жанров в социально-культурном пространстве относятся:

- **репрезентативная**, дающая неосведомлённому пользователю более или менее взвешенное и внятное представление о предмете оценки;
- **аналитико-контекстовая**, обозначающая доказательную характеристическую связь данного явления с ему подобными, близкими или, напротив, отличными от него явлениями, с социокультурным контекстом в его развитии;
- **коммуникативная**, нацеленная на непосредственный диалог с предполагаемой потребительской аудиторией, с авторами, с другими критиками;
- **провокативная**, конфликторождающая, побуждающая к обратной связи, логико-стилистическими средствами обостряющая и тем самым совершенствующая собственную доказательность;
- **прогностическая**, высказывающая соображения относительно вероятных путей и направлений дальнейшего развития данного явления.

Критическое высказывание диалогично по своему назначению и структуре, оно насквозь пронизано коммуникативными токами. Критика прежде всего вступает в непосредственно близкий аналитический контакт с подвергаемым оценке объектом. Сам же объект критики – оцениваемый текст – благодарно откликается на бескорыстный запрашивающий интерес специалиста в своём деле или, напротив, обречённый на непонимание, сворачивается и остаётся безучастным и безмолвным.

Критический отклик соткан из суждений, непосредственно касающихся качественных характеристик объекта, как они представляются самому критику. Симпатизируя, поощряя, хваля или оппонирова, порицая, браня, критик цепко и пристрастно держит в поле зрения его автора-создателя. Одновременно энергия критического суждения адресована вероятной аудитории, которая может быть заинтересована в данном объекте и готова солидаризироваться с критиком или способна воспринять предмет рассмотрения-оценки иначе, чем это критику видится. Отсюда и внутренняя конфликтность критического высказывания.

Диапазон порождающего конфликт пафосного задора велик: от недоуменного аргументированного порицания и раздражённого возмущения до комплиментарной признательности и нарочито громкой, наступательной

одобренности. Судейские права критикующего («А судьи кто?»), как показывает историческая практика, определяются в первую очередь мерой его авторитетности в специальной профессиональной среде, устойчивостью его аудиторной репутации и только потом убедительностью доводов и аргументов «за и/или против».

Самая крохотная, «микроскопическая», предназначавшаяся для журнала «Современник» литературно-критическая рецензия была создана Н. В. Гоголем в 1836 г. Это не опубликованный при жизни Гоголя отклик на повесть «Убийственная встреча» неуставленного автора (А. Я.) объёмом в 113 страниц, вышедшая в свет в Санкт-Петербурге в том же году в типографии Артиллерийского департамента Военного министерства. Комментаторы гоголевских текстов справедливо отмечают, что повесть написана в сентиментально-романтическом духе, с явным подражанием А. А. Бестужеву-Марлинскому. Вот сам текст рецензии, которому должны были предшествовать в журнальной версии выходные данные рассматриваемого произведения: «Эта книжечка вышла, стало быть где-нибудь сидит же на белом свете и читатель ее» [5 : 203].

При всей своей изящно демонстративной лапидарности гоголевский текст содержит многие из отмеченных выше жанровых признаков-функций профессионального критического высказывания. В нём есть предъяснение читающему миру нового произведения. Есть обобщающая ласкательно-сочувственная оценка этого произведения (не «книжка» и тем более не «книжонка», но «книжечка»: может, мелькнуло в подсознании и воспоминание о своём грустно-дебютном «Ганце Кюхельгартене»?). Есть и скрытая полемика со скептическим взглядом на подобный литературный феномен (кому это может понадобиться? кто это примется читать? для чего сие творение, в конце концов, увидело свет?). И одновременно присутствует добрая, светло-меланхолическая и едва приметная в своём невинном озорстве интонация оправдания-признания данного литературного факта.

* * *

Весь массив многообразных речевых жанров может быть рассмотрен с точки зрения восходящей к Сократу – Платону – Аристотелю универсальной триады – эпоса, лирики и драмы с присущими им принципиально нечёткими границами в опознании беспредельного всеохвата словесных текстов (см.: [6]).

Оставив сейчас в стороне эпос и лирику, заметим, что к драме в первую очередь тяготеют все разновидности информативной, нечто сообщающей речи. В самой природе информации, в многообразных процедурах её распространения и восприятия изначально заложены предощущение и реализация разномасштабных конфликтов. Конфликты эти обусловлены расхождениями, между тем, что было известно, привычно ведомо до получения данной информации, и тем, что привнесла с собой в картину мира или в её отдельные (пусть даже самые крохотные) фрагменты, во взаимоотношения с другими, в собственные самочувствия и т. д. новая или обновлённая информация. Это конфликт уходящего в прошлое настоящего (относительно устойчивого, неустойчиво равновесного, лабильного состояния) и наступающего на нас будущего (со всеми последствиями, которые может иметь для нас новое сообщение, новая информация).

Драматическое ощущение новизны, потребность в сообщении нового пронизывает и состояние-поведение высказывающегося, и вольное/невольное ожидание воспринимающего информацию. В драме конфликт обычно достигает своего предела. К драматическому роду могут быть отнесены всевозможные разновидности жанров молвы, известий, новостей, сенсаций, сообщений, манифестов, заявлений, распоряжений, сведений, лекций, дискуссий, споров, обвинений, угроз, доносов, ссор.

Несомненным примером текстов в драматическом роде служат и профессионально-критические высказывания.

Согласимся, что литературно-критические и медиакритические высказывания могут быть отнесены к информативным родам коммуникации (в отличие от фатических и аутокоммуникативных родов), а с точки зрения теории литературных родов – к драматическому роду. Природа литературно-критических жанров основательно описана и осмыслена в филологии¹. Медиакритика сравнительно недавно оказалась в поле пристального исследовательского внимания².

Каковы основные характеристики медиакритического речевого жанра? Очевиден (особенно в эпоху становления отечественного журнализма) синкретический характер медиакритики – сплав критики литературной и собственно журналистской. Отчётливая самостоятельность медиакритики стала особенно оче-

¹Ограничимся отсылкой к таким фундаментально-аналитическим и учебно-прикладным работам, как: [7–13]; и многие др.

²См. самую авторитетную в отечественной медиалогии работу на эту тему: [14].

видным фактом в эпоху бурного развития электронных средств массовой информации.

Задачи медиакритики:

- рассмотреть под различными, избранными критиком ракурсами предмет оценки – данный, недавно объявившийся медиатекст;
- доказательно и убедительно сообщить публике своё более или менее развёрнутое мнение о рассматриваемом медиатексте;
- эмоционально-экспрессивными средствами заразить сочувствующую ему публику своим отношением к предмету оценки;
- вступить в диалог согласия-поддержки или несогласия-спора с другими критиками, отстаивая выстраданные подходы к журнальному (журналистскому) делу.

Журналистская критика (медиакритика) – действенное и пристрастное осмысление конкретных результатов работы средств массовой информации прежде всего с точки зрения формирующихся и бытующих в обществе представлений о должном качестве журналистского продукта. Важнейшие характеристики текстов журналистской критики – оперативность оценок, повышенный градус их эмоционально-экспрессивной окраски, почти неизменная полемическая настроенность. Критик СМИ одним из первых публично (в прессе, по радио, на телевидении, в Интернете) пробует определить ценностные параметры новых журналистских текстов, общественно значимые, творческие, этические аспекты журналистской деятельности, находящейся в фокусе его внимания.

В самом факте медиакритического высказывания заложены основы драматического сценария. В составе действующих лиц сам критик, критикуемый медиатекст (объект критического внимания), стоящий за ним и в нем отразившийся автор-журналист, часто – другие критики, участвующие в полемике по поводу данного медиатекста, и вероятная, предлагаемая аудитория (исторически сменяющиеся читатели, подписчики, публика, читательская масса, пользователи Сети и т. д.).

Полемические выступления Н. М. Карамзина, А. С. Пушкина, Н. В. Гоголя, Н. А. Полевого, В. Г. Белинского, О. И. Сенковского, Ф. В. Булгарина, А. А. Краевского и др., посвященные отечественному журнализму, стоят у истоков собственно журналистской критики, а стало быть, и её истории. Журналистика заявляет о себе первоначально в лоне словесности. Не случайно В. И. Даль в своем словаре называет ее «срочной словесностью». Уловлена и ёмкая семантика понятия: регулярность (выход в срок, к сроку), и повышенная скорость, быстрота распространения информации. В XX в. технология журналистского дела удивительным образом расширяется за счет новых аудио- и видеомедийных возможностей.

Показательно с точки зрения устойчивых речевых особенностей критико-журналистского высказывания ставшее уже классическим выступление Н. В. Гоголя – статья «О движении журнальной литературы, в 1834 и 1835 году», опубликованная в первом томе «Современника» в 1836 г. без подписи. Задумана она была автором как программно-редакционная для пушкинского журнала и стала поводом для известной размолвки Пушкина и Гоголя [15; 16].

В азартной, темпераментной статье предугаданы и отчётливо продемонстрированы многие особенности только ещё обнаруживавшего себя в России жанра:

- проницательный взгляд на журнализм как на отличный от литературы род занятий и журналистику как «живую, свежую, говорливую, чуткую литературу», которая «так же необходима в области наук и художеств, как ярмарки и биржи для купечества и торговли» [5 : 156];
- панорамная оценка журналистики в обозреваемый период;
- пристрастная, нелицеприятно конкретная характеристика принципиально новых явлений в журнально-литературной жизни 1834–1835 гг. (журналы «Библиотека для чтения», «Северная пчела», «Сын Отечества и Северный Архив» «Московский наблюдатель» и др.).

Знаменателен и хлётко-озорной, подразнивающий, провокативный эмоционально-экспрессивный тон гоголевских суждений: «Бесцветность была выражением большей части повременных изданий»; «Читатели имели полное право жаловаться на скудость и постный вид наших журналов»; в статьях «не было ничего свежего, животрепещущего»; «Г. Греч давно уже сделался почётным и необходимым редактором всякого предпринимаемого периодического издания: так обыкновенно почтенного, пожилого человека приглашают в посаженные отцы на все свадьбы»; «В критике г. Сенковский показал отсутствие всякого мнения, так что ни один из читателей не может сказать наверное, что более нравилось рецензенту и заняло его душу, что пришлось по его чувствам: в его рецензиях нет *ни положительного, ни отрицательного вкуса – вовсе никакого*» [Там же: 157, 158] и т. п.

Приведенные примеры, число которых легко множится, свидетельствуют и о том, что в поле зрения медиакритика постоянно находится русская читающая публика, ради которой, собственно, и слагается само критическое высказывание, завоевать внимание которой во что бы то ни стало стремится критик.

Статья Гоголя оценивает состояние журнальной литературы конкретного периода, и, вместе с тем, она заметно опережает свою эпоху. Гоголь провидчески отзывается на такие набиравшие силу проблемы журналистики, как отчётливая внятность журнального направления (не должен журнал «быть складочным местом всех мнений и толков» [5 : 157]), как стратегия и тактика журнальной полемики, как несомненный вред монополизма и польза соревновательности в журнальном деле и многое другое. Всем строем статьи Гоголь убеждает в том, что особо значим в критических разборах сам образ автора-оценщика, автора-аналитика: «критика, основанная на глубоком вкусе и уме, критика высокого таланта имеет равное достоинство со всяким оригинальным творением: в ней виден разбираемый писатель, в ней виден ещё более сам разбирающий» [Там же: 175].

Статья Гоголя отмечена широтой и остротой взгляда на оцениваемый литературный факт, на живой литературно-журнальный контекст, в котором факт этот объявился, пристрастным отношением к новому явлению медиареальности, полемической направленностью суждений, повышенным градусом эмоциональности, последовательным диалогом с предполагаемой аудиторией. Критическое высказывание органично воссоединяет оценки эстетические и этические. Оно берёт на себя труд формирования кодекса журналистской чести и правды.

Схожие параметры различимы во всяком представительном профессиональном критическом высказывании безотносительно ко времени создания самого текста. Они отчётливо обнаруживают себя в России на протяжении всего XIX в.: в страстных выступлениях Белинского, его продолжателей и оппонентов, в критике журнальной и газетной последующих десятилетий.

Подобные содержательно-структурные характеристики (при всей разности интонаций, эстетических подходов, объектов критического внимания) можно наблюдать и на многоголовом рубеже XIX – XX вв., и в яростных полемических выступлениях литературных критиков 1920-х гг., и в практике критических дискурсов последовавшей за ними хмурой советской эпохи, и в наше вольное интернетовское время.

Впервые лицом к лицу встретившись с абсолютно новым по своей природе телевизионным средством массовой информации, первый телекритик России Владимир Сапак повел свои талантливые и честные беседы о внутренних «разоблачительных» свойствах голубого экрана, и главный его, слишком даже часто пренебрегаемый на практике, вывод касался основ профессиональной этики ТВ: «Экран телевизора демаскирует ложь. Как ни прячь,

он выставляет её напоказ, подаёт на ладони, укрупняет, заставляет нас, зрителей, зло браниться и выключать телевизор. Требование правды, честности – первое условие, первая статья в телевизионном кодексе морали» [17 : 111].

И ещё: речевой жанр медиакритического высказывания отмечен в России прежде всего (при всём ироническом и саркастическом стилевом его многоцветии) неизменным настроением на некое социально-культурное миссионерство, на просветительский пафос, согрет внутренней патерналистской установкой на разговор по душам со «своими», близкими пользователями медиапродукта.

В отечественных версиях наблюдаемого жанра, как правило, обнаруживает себя устойчивая (явная или скрытая) вера в возможность и необходимость неизменного обретения прозелитов. М. Е. Салтыков-Щедрин называл это свойство «инициаторским характером русской литературной деятельности», «умственной подготовкой новых участников жизни», «воспитательным призыванием» [18 : 17, 19, 33].

Имея в виду программу «Современника», радикально настроенный Н. А. Добролюбов в письме к С. Т. Славутинскому от начала марта 1860 г. скажет об этой миссии своего журнала с предельной откровенностью: «надо вызывать читателей на внимание к тому, что их окружает, надо колоть глаза всякими мерзостями, преследовать, мучить. Не давать отдыху – до того, чтобы противно стало читателю всё это богатство грязи и чтобы он, задетый наконец за живое, вскочил с азартом и вымолвил: “да что же это за каторга! Лучше уж пропадай моя душенька, а жить в этом омуте не хочу больше”. Вот чего надобно добиться и вот чем объясняется и тон критик моих и политические статьи “Современника” и “Свисток”...» [19 : 482].

Само отношение к жанру медиакритического высказывания у главных его побудителей и виновников – самих критикуемых и оцениваемых – двоякое: от якобы полного безразличия до всеискреннейшего (в зависимости от качества оценок) негодования или одобрения. Хотя худший из вариантов – полное отсутствие критики – гулкое обезоруживающее молчание, утверждающее в тщетности всех и всяческих на белом свете творческих проб. Известно признание А. П. Чехова в письме к брату Александру: «Одиночество в творчестве – тяжёлая штука. Лучше плохая критика, чем ничего» [4 : 242].

По большому счёту, критик приобщает вероятных адресатов к ценностным свойствам заинтересовавшего его объекта и пробует удерживать в быстротекущем времени достойную, на его взгляд, собственную эмоционально-

аналитическую реакцию, свой оформившийся взгляд, касающийся нового медиапродукта. Сверхзадача взыскательного критического высказывания в том, что оно определяет ценностные параметры рецензируемого текста и самим фактом своего речевого осуществления освещает и озвучивает наше «безъязыкое» (В. Маяковский) представление о недавно рождённом социально-культурном феномене.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Шмелёва Т. В. Жанр в современной медиасфере // Жанры речи: сб. науч. ст. Вып. 8: Памяти Константина Фёдоровича Седова. Саратов; М.: Лабиринт, 2012. С. 26–37.
2. Бахтин М. М. Проблема речевых жанров // Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества. М.: Искусство, 1979. С. 237–280.
3. Седокова О. А. О вдохновении в наши дни... URL: http://www.sinergia-lib.ru/index.php?id=3244§ion_id=2013&view=print (дата обращения: 05.05.2018).
4. Чехов А. П. Полное собрание сочинений и писем: в 30 т. Письма: в 12 т. Т. 1. М.: Наука, 1974. 242 с.
5. Гоголь Н. В. Полное собрание сочинений: в 14 т. Т. 8. М.; Л.: Изд-во АН СССР, 1952. 203 с.
6. Прозоров В. В. О типологии речевых жанров в свете теории литературных родов // Жанры речи. 2017. № 2 (16). С. 142–150.
7. Бурсов Б. И. Критика как литература. Л.: Лениздат, 1976. 320 с.
8. Егоров Б. О мастерстве литературной критики. Жанры. Композиция. Стиль. Л.: Сов. писатель, 1980. 316 с.
9. Барт Ролан. Что такое критика? // Барт Ролан. Избр. работы. М.: Прогресс, 1989. 616 с.
10. Недзвецкий В. А. Русская литературная критика XVIII–XIX веков. М.: Изд-во МГУ, 1994. 182 с.
11. Зельдович М. Г. В поисках закономерностей. О литературной критике и путях ее изучения. Харьков: Изд-во Харьк. гос. ун-та, 2009. 160 с.
12. История русской литературной критики / под ред. В. В. Прозорова. 2-е изд. М.: Академия, 2009. 432 с.
13. Крупчанов Л. М. История русской литературной критики XIX века. М.: Высшая школа, 2010. 383 с.
14. Короченский А. П. «Пятая власть»? Медиакритика в теории и практике журналистики. Ростов н/Д: Изд-во Рост. ун-та, 2003. 280 с.
15. Манн Ю. Гоголь. Труды и дни: 1809–1845. М.: Аспект Пресс, 2004. 813 с.
16. Золотусский И. Гоголь. М.: Молодая гвардия, 2005. 485 с.
17. Сатпак В. Телевидение и мы: Четыре беседы. М.: Аспект Пресс, 2007. 168 с.
18. Салтыков-Щедрин М. Е. Собрание сочинений: в 20 т. Т. 9. М.: Худож. лит., 1970. 646 с.
19. Добролюбов Н. А. Русские классики. Избр. лит.-крит. статьи / изд. подгот. Ю. Г. Оксман. М.: Наука, 1970. 482 с. Сер. Лит. памятники.

REFERENCES

1. Shmeleva T. V. Zhanr v sovremennoy mediasfere. [Genre in contemporary media sphere]. *Zhanry rechi: sb. nauch. tr.* [Speech genres: coll. of sci. works]. Iss. 8. Saratov; Moscow, Labirint Publ., 2012, pp. 26–37 (in Russian).

2. Bakhtin M. M. Problema rechevykh zhanrov [The problem of speech genres]. In: *Bakhtin M. M. Estetika slovesnogo tvorchestva* [The aesthetics of verbal creation]. Moscow, Iskusstvo Publ., 1979, pp. 237–280 (in Russian).

3. Sedakova O. A. *O vdokhnoveni v nashi dni...* [About inspiration these days...]. Available at: http://www.sinergia-lib.ru/index.php?id=3244§ion_id=2013&view=print (Accessed 05 May 2018) (in Russian).

4. Chekhov A. P. *Polnoe sobranie sochinenii i pisem: v 30 t. Pis'ma: v 12 t. T.1* [Chekhov A. P. Full. Collected Works and Letters: in 30 vols. Letters: in 12 vols. Vol. 1]. Moscow, Nauka Publ., 1974. 242 p. (in Russian).

5. Gogol' N. V. *Polnoe sobranie sochinenii: v 14 t. T. 8* [Gogol N. V. Full. Collected Works: in 14 vols. Vol. 8]. Moscow, Leningrad, izd-vo AN SSSR, 1952. 203 p. (in Russian).

6. Prozorov V. V. Typology of Speech Genres in Terms of Fiction-Writing Modes Theory. *Speech Genres*, 2017, no. 2 (16), pp. 142–150 (in Russian).

7. Bursov B. I. *Kritika kak literatura* [Criticism as literature]. Leningrad, Lenizdat Publ., 1976. 320 p. (in Russian).

8. Yegorov B. *O masterstve literaturnoy kritiki. Zhanry. Kompozitsiya. Stil'* [On the skill of literary criticism. Genres. Composition. Style]. Leningrad, Sov. pisatel' Publ., 1980. 316 p. (in Russian).

9. Bart Rolan. Chto takoye kritika? [What is criticism?]. *Bart Rolan. Izbr. raboty* [Selected Works]. Moscow, Progress Publ., 1989. 616 p. (in Russian).

10. Nedzvetskiy V. A. *Russkaya literaturnaya kritika XVIII–XIX vekov* [Russian literary criticism of the XVIII–XIX centuries]. Moscow, Izd-vo MGU, 1994. 182 p. (in Russian).

11. Zel'dovich M. G. *V poiskakh zakonmernostey. O literaturnoy kritike i putyakh yeye izucheniya* [In search of regularities. On literary criticism and ways of studying it]. Khar'kov, Izd-vo Khar'k gos. un-ta, 2009. 160 p. (in Russian).

12. *Istoriya russkoy literaturnoy kritiki. Pod red. V. V. Prozorova. 2-ye izd* [The history of Russian literary criticism. 2nd ed]. Moscow, Akademiya Publ., 2009. 432 p. (in Russian).

13. Krupchanov L. M. *Istoriya russkoy literaturnoy kritiki XIX veka* [The history of Russian literary criticism of the XIX century]. Moscow, Vysshaya shkola, 2010. 383 p. (in Russian).

14. Korochenskiy A. P. *“Pyataya vlast’”? Mediakritika v teorii i praktike zhurnalistiki* [“The Fifth Power”? Media criticism in the theory and practice of journalism]. Rostov-on-Don, Izd-vo Rost. un-ta, 2003. 280 p. (in Russian).

15. Mann Yu. *Gogol'. Trudy i dni: 1809–1845* [Gogol. Proceedings and days: 1809–1845]. Moscow, Aspekt Press Publ., 2004. 813 p. (in Russian).

16. Zolotusskiy I. *Gogol'* [Gogol]. Moscow, Molodaya gvardiya Publ., 2005. 485 p. (in Russian).

17. Sappak V. *Televideniye i my: Chetyre besedy* [Television and we: Four conversations]. Moscow, Aspekt Press Publ., 2007. 168 p. (in Russian).

18. Saltykov-Shchedrin M. Ye. *Sobranie sochineniy: v 20 t. T. 9* [Collected Works: 20 vols. Vol. 9]. Moscow, Khudozh. lit. Publ., 1970. 646 p. (in Russian).

19. Dobrolyubov N. A. *Russkiye klassiki. Izbr. lit.-kriticheskiye stat'i. <Seriya «Lit. pamyatniki»>. Izd. podgot. Yu. G. Okzman* [Russian classics. Selected lit.-critical articles. Ed. preparation. Yu. G. Okzman]. Moscow, Nauka Publ., 1970. 482 p. Series Lit. monuments (in Russian).

Статья поступила в редакцию 13.02.2018

БИБЛИОГРАФИЧЕСКОЕ ОПИСАНИЕ СТАТЬИ

Прозоров В. В. Профессионально-критическое высказывание как речевой жанр // *Жанры речи*. 2018. № 3 (19). С. 195–202. DOI: 10.18500/2311-0740-2018-3-19-195-202

For citation

Prozorov V. V. Professional-critical Utterance as a Speech Genre. *Speech Genres*, 2018, no. 3 (19), pp. 195–202. DOI: 10.18500/2311-0740-2018-3-19-195-202

УДК 821.161.1.09-14+929

ББК 83.3(2Рос-Рус)-8

DOI: 10.18500/2311-0740-2018-3-19-203-209

И. Ю. Иванюшина
Саратов, Россия

Irina Yu. Ivanyushina
Saratov, Russia

ЖАНР САМОПРЕЗЕНТАЦИИ В ЛИРИКЕ РУССКОГО ФУТУРИЗМА

THE GENRE OF SELF-PRESENTATION IN THE POETRY OF THE RUSSIAN FUTURISM

В статье рассматривается особое место жанра самопрезентации в лирике русского футуризма, обусловленное общим стилем эпохи и парадоксальной коммуникативной стратегией нового поэтического течения; прослеживается связь жанров самопрезентации и рекламы. Анализ основных признаков жанра самопрезентации – образов автора, адресата, времени и их речевого воплощения – доказывает их подчиненность главной коммуникативной цели футуристической поэзии – поразить читателя необычностью авторской индивидуальности и картины мира, рожденной ею.

На материале поэзии В. Маяковского, В. Хлебникова, Е. Гуро, А. Крученых, Д. Бурлюка, И. Северянина, В. Каменского, К. Олимпова выявляются и сопоставляются групповые и индивидуально-авторские приемы самопрезентации: использование имени собственного, сведений о месте рождения, проживания, физических данных самопрезентанта, декларация его мировоззренческих установок, желаний и пристрастий. Обнаруживаются устойчивые модели взаимоотношения автора с миром, которые вполне укладываются в неоромантический канон: я – чужой, я – сумасшедший, я – гонимый, я – одинокий. Столь же традиционным является и прием косвенной самопрезентации – сопоставление себя с великими. Специфически футуристическими можно признать антиэстетическую и абсурдную самопрезентации, которые целиком относятся к области художественной коммуникации. В статье рассматривается обусловленная коммуникативной стратегией футуристов концепция адресата, анализируется характер взаимодействия с аудиторией. Футурист постоянно балансирует на грани успех / провал, последний не считается коммуникативной неудачей, напротив, он приближает окончательную победу. Утверждению торжества нового искусства подчинена и концепция времени футуристической самопрезентации. Фактор языкового воплощения (оказиональное словотворчество, расширение границ поэтического языка, языковая игра, фонетика) подтверждает взаимную обусловленность футуристической поэтики и прагматики. Проведенный анализ позволяет отнести жанр самопрезентации к ядру художественной системы футуризма.

Ключевые слова: жанры речи, самопрезентация, коммуникативная стратегия, реклама, футуризм,

The article considers a special place of the self-presentation genre in the poetry of the Russian futurism; this place was predetermined by the overall style of the epoch and the counterintuitive communicative strategy of the new poetic school, the connection between the self-presentation and advertisement genres is traced. Analyzing the main features of the self-presentation speech genre – the images of the author, addressee, time, speech externalization – proves that they serve the main communicative goal of the futurist poetry – to impress the reader by how exceptional the author's individuality is as well as the world picture it produces.

On the material of the poetry by V. Mayakovsky, V. Khlebnikov, E. Guro, A. Kruchenykh, D. Burlyuk, I. Severyanin, V. Kamensky, K. Olimpov both collective and individual authors' techniques of self-presentation are singled out and juxtaposed: using one's name, using the data of the self-presenter's place of birth, place of living, physical appearance, the declaration of one's world views, wishes and partialities. The article brings to light the sustained models of the author's relationships with the world; they fully conform to the neo-romantic canon: I am a stranger, I am crazy, I am a castaway, I am lonely. Equally traditional is the technique of indirect self-presentation – comparing oneself with the great. Anti-aesthetic and absurd self-presentation can be acknowledged as specifically futuristic; they are entirely related to the sphere of artistic communication. The article considers the concept of the addressee, predetermined by the futurists' communicative strategy; the character of the interaction with the audience is analyzed. A futurist always walks on the brink of success / failure, the latter is not considered a communicative failure, if anything, it facilitates the ultimate victory. The concept of time of the futuristic self-presentation also serves the assertion of the new art triumph. The factor of the language externalization (occasional word-formation, broadening the bounds of the poetic language, language play, phonetics) confirms the mutual determination of the futuristic poetics and pragmatics. The undertaken analysis allows to refer the self-presentation genre to the core of the futurist artistic system.

Key words: speech genres, self-presentation, communicative strategy, advertisement, futurism, author's

образ автора, концепция адресата, Маяковский, Хлебников, Северянин, Крученых.

image, addressee concept, Mayakovsky, Khlebnikov, Severyanin, Kruchenykh.

Сведения об авторе: *Иванюшина Ирина Юрьевна, доктор филологических наук, профессор кафедры русской и зарубежной литературы.*

Место работы: Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н. Г. Чернышевского.

E-mail: *iiyu@mail.ru*

ORCID *0000-0002-7980-4030*

About the author: *Ivanyushina Irina Yuryevna, Doctor of Philology, Professor of the Department of Russian and Foreign Literature.*

Place of employment: *Saratov State University.*

E-mail: *iiyu@mail.ru*

ORCID *0000-0002-7980-4030*

Самопрезентация – побудительное начало и преобладающая коммуникативная стратегия лирического высказывания как такового. Это очевидно, не только когда речь идет о лирическом герое или ролевой лирике, но и в том случае, когда автор говорит с читателем посредством «резко своеобразного поэтического мира» [1 : 80], он в конечном итоге все равно презентует себя, а не как субъекта уникальной речи, а как субъекта уникального видения.

Активность стратегии самопрезентации и разнообразие ее тактик зависит от эпохи, литературного направления, авторской индивидуальности. Однако далеко не всегда эта стратегия облекается в форму речевого жанра самопрезентации. Но даже если лирический текст содержит формальные признаки какого-либо первичного речевого жанра, он трансформирует их, подчиняет собственной художественной задаче. Так, например, происходит с жанром приказов в послереволюционной лирике В. Маяковского. Его «приказы по армии искусств» никому ничего приказать не могут, поэт не обладает необходимыми для этого полномочиями; отношения адресант – адресат не соответствуют жанровой конвенции. Это, по определению М. Бахтина, лишь «условное разыгрывание первичного речевого жанра» [2 : 251]. В форму приказа у Маяковского облекается манифест нового социалистического искусства. Обращение именно к этому речевому жанру предопределено императивным стилем эпохи.

Несколько иначе обстоит дело с жанром поэтической самопрезентации. Здесь функции первичного речевого жанра в значительной степени совпадают с художественными задачами лирического произведения в целом – самопрезентации авторской индивидуальности, неповторимого душевного строя и уникальной картины мира, им порожденной. Кроме того, самопрезентация – речевой жанр, включающий индивидуальный стиль в замысел высказывания. Стиль речи является мощнейшим средством самопрезентации. А в лирическом произведении стиль не только «прямо входит

в само задание высказывания» но и «является одной из ведущих целей» [2 : 241].

И все же одной родовой спецификой лирики невозможно объяснить количественный рост и беззастенчивую эпатажность поэтических самопрезентаций начала XX в. Это явление обусловлено содержанием и стилем эпохи: новая картина мира требовала «оживления», осмысления своего места в ней; индивидуализм, субъективизм, имморализм санкционировали самые экстравагантные модели поэтического поведения; бурно развивающаяся реклама подсказала агрессивные приемы продвижения нового экспериментального искусства.

Амплуа «шарлатанов-рекламистов» закрепилось за футуристами с первых их выступлений. Так, например, в 1913 г. А. В. Луначарский в статье «Футуристы» писал о «рекламном трезвоне геростратов», противопоставляя «мощных новаторов, серьезных искателей – рекламной шумихе и кувырканию» [3]. И действительно, все четыре универсальные функции рекламы – экономическая, социальная, маркетинговая, коммуникационная – обнаруживаются во многих футуристических текстах. Их самопрезентации содержали информацию о появлении нового течения в искусстве, способствовали конкурентной борьбе традиционного и новаторского, продвижению «торговой марки» футуризма, о чем прямо заявлял В. Маяковский в статье «И нам мяса!»: «Что такое футурист – марка, как «Треугольник»» [4, I : 314]. Более того, вся совокупность вербальных и невербальных способов самопрезентации футуристов складывалась в развернутую рекламную кампанию, какой являлось, например, турне футуристов 1913–1914 годов.

Обычно футуристам ставилась в упрек именно экономическая подоплека всех их эпатажных выходов. Об устойчивости этих обвинений свидетельствует опубликованная в 1923 г. на страницах «ЛЕФа» статья С. Третьякова, в которой он пытается их опровергнуть. Главный аргумент защиты таков: реклама не была успешной, она «сразу же поставила футуристов вне закона», «футуристы отрезали себе возможности издательства», им «было “отка-

зано от дома” дореволюционной обывательщины», «приставка “футурист” была зачастую тяжелым препятствием к несению футуристом и не литературной работы»; «Где же выгодность быть футуристом? Хлебников умер нищим. Много ли футуристов ухитряются жить на заработок своей литературной работы?» [5 : 154–157].

Экономическая неуспешность кампании на самом деле проистекала не из бескорыстия молодых поэтов, а из парадоксальности их коммуникативной стратегии. Провозгласив «наслаждение быть освистанскими» [6], они и были освистаны, т. е. добились поставленной коммуникативной цели, что и констатирует С. Третьяков: «Чтобы заставить себя слушать, надо, чтоб уши повернулись в твою сторону, а чтоб повернулись уши, надо окликнуть. Оклик был услышан» [5 : 155]. Критерием успешности рекламной коммуникации считается запланированная коммуникатором реакция аудитории. В этом смысле рекламная кампания футуристов может быть признана эффективной. Имея весьма скромные экономические результаты, она выполняла поставленные социальные функции – формирование определенных потребительских моделей, ценностей и норм, стандартов мышления и социального поведения, распространения знаний о новом искусстве, навыков его потребления.

Нетривиальность рекламной стратегии футуристов в равной степени относится и ко всей совокупности их самопрезентационных моделей.

В значительной части работ по социальной психологии самопрезентация рассматривается как «акт самовыражения и поведения, направленный на то, чтобы создать у окружающих и у самого себя благоприятное впечатление» [7 : 129].

Но стратегии самопрезентации в искусстве, особенно эпохи модернизма, более многообразны. В самом общем виде их можно определить как способы «управления впечатлением о себе» [8 : 136], не сводящимся к социально одобряемой идентичности. Исходя из этого, и речевой жанр самопрезентации мы будем рассматривать как тип текста, порожденный не столько желанием представить себя в наилучшем свете, сколько потребностью самораскрытия с определенными коммуникативными намерениями.

Коммуникативная цель, согласно модели речевого жанра, предложенной Т. В. Шмелевой, является главным жанрообразующим признаком. С точки зрения коммуникативных целей самопрезентация – синтетический речевой жанр, преследующий информативные, императивные, оценочные цели. Самопрезентант сообщает информацию о себе, своих

чувствах и намерениях, оценивает себя как положительно, так и отрицательно, с общепринятой точки зрения.

Коммуникативная цель самопрезентации футуристов далеко не очевидна. Заявляя: *Суровый идиот я грохнулся на стол / Желая лоб разбить иль древо* (А. Крученых) [9 : 211], самопрезентант не преследует ни информативных, ни оценочных целей. Императивные цели футуристических самопрезентаций также весьма сомнительны, поскольку их завещания: *Вам завещаю я сад фруктовый / моей великой души* [4, I : 106], обещания: *Я вам только головы пальцами трону, / и у вас / вырастут губы / для огромных поцелуев / и язык, / родной всем народам* [4, I : 154], повеления: *Я избран королем поэтов – / Да будет подданным светло!* [10 : 294] – это только декларации, не имеющие последствий.

Главная коммуникативная цель футуристической самопрезентации – поразить адресата своей необычностью, парадоксальностью, неконвенциональностью, привлечь внимание любой ценой. Как признавался С. Третьяков, «вопрос шел только о целесообразности приёма, а отнюдь не о его этичности» [5 : 155].

Важнейшим фактором речевого жанра самопрезентации безусловно является **образ автора**. Весь широчайший репертуар средств создания этого образа подчиняется главной коммуникативной цели.

Текст самопрезентации имеет два уровня – уровень социальной категоризации и уровень индивидуальной характеристики. В самопрезентациях футуристов первый уровень ослаблен, но избежать его полностью не удается, прежде всего потому, что некоторые самопрезентации футуристов носят не индивидуальный, а групповой характер. Автор презентует себя как представителя некоего единства, что выражается местоимением *мы*, в разных ситуациях наполняемым разным смыслом.

Наиболее частотное **мы – футуристы**: *Дралось / некогда / греков триста / сразу с войском персидским всем. / Так и мы. / Но нас, / футуристов, / нас всего – быть может – семь* [4, II : 28]; *Я верю – когда будем покойниками / Вы удивитесь / Святой нашей скромности – / А теперь обзываете футуроразбойниками / Гениальных Детей Современности* (В. Каменский) [9 : 254]; *Для нас Державиным стал Пушкин, – / Нам надо новых голосов* [10 : 182]; *Насчитаютъ дураками / амыдуракилучшеумныхъ* (В. Гнедов) [9 : 395].

Второе близкое по смыслу значение **мы – молодые**: *Ах! Об эту пору все мы верим, / Все мы молоды. / И начинает казаться, что нет ничего невозможного* [11 : 45]. Когда Д. Бурлюк провозглашает: *Каждый молод, мо-*

лод, молод [9 : 115], он безусловно имеет в виду «каждый из нас»: *Все что встретим на пути / Может в пищу нам идти* [9 : 115].

С началом Первой мировой войны индивидуальное я футуристов вливается в национальное *мы*: *мы – воины, мы – русские*: *Я, вскормленный лучшими зорями России / <...> Я тоже возьму ружье* [11 : 456]; *И в воинский поезд с другими сажают меня и плачут за мной <...> И умирают русские, как волки <...> И с ними я связан родиной и общим воинским строем* (В. Шкловский) [9 : 325].

После революции футуристы пытаются встроиться в новое *мы – народ*: *Свобода приходит нагая, / Бросая на сердце цветы, / И мы, с нею в ногу шагая, / Беседуем с небом на «ты». Мы, воины, строго ударим / Рукой по суровым щитам* [11 : 461]; *Мы разливом второго потопа / перемоем миров города* [4, II : 7]; *Мы, трудящие народы, / В нас кипящие сердца, / Дышим праздником свободы, / Как сиянием венца* (К. Олимпов) [9 : 358].

И лишь изредка футуристы поднимаются до уровня обобщения *мы – человечество*: *Мы ведь в свободной земле свободные люди, / Сами законы творим, законов бояться не надо, / И лепим глину поступков* [11 : 151].

Групповые самопрезентации футуристов более агрессивны и наступательны, чем индивидуальные, зато последние поражают многообразием. Даже когда самопрезентанту приходится идентифицировать себя путем причисления к классу явлений, например, называть себя поэтом, он старается выделить не общепозитивские черты, а свои, особенные, характеризующие именно его: вселенский масштаб у Хлебникова: *Я, написавший столько песен, / Что их хватит на мост до серебряного месяца* [11 : 456]; принципиальная безыдейность у Северянина: *Я – соловей: я без тенденций / И без особой глубины <...> Я так бессмысленно чудесен, / Что Смысл склонился предо мной!* [10 : 288]; ориентация на язык у Маяковского: *Граненых строчек босой алмазник* [4, I : 156]; *Я – бесценных слов мот и транжир* [4, I : 56], органичное песенное начало у Каменского: *Я отчаянный рыжий поэт <...> Мастер я – / Песнебоец – / Из СЛОВ ЗВОН Кую: / Солнце лью соловью / В зазвучальный ответ, / Нити струнные вью. / Для поэта – поэт. [9 : 248], Певучий пастух. / Соловей-Солнцелей. / Песневестный поэт* [9 : 250].

При всем разнообразии футуристических самопрезентаций в них выделяются некоторые устойчивые черты и приемы. Никогда до футуристов в поэтических сампрезентациях так не подчеркивалось индивидуальное биографическое начало, выраженное, прежде всего, *именем собственным*: *Я, гений Игорь-Се-*

верянин [10 : 190], *А иногда / мне больше всего нравится / моя собственная фамилия, / Владимир Маяковский* [4, I : 172]; *Это Я – это Я – / Футурист-песнебоец / И пилот-авиатор / Василий Каменский* [9 : 252]; *Я, ОЛИМПОВ, ГОРДЫНЯ ИСКУССТВА, / СЕБЯ ПРОСЛАВЛЯЮ, СВОЕ СОВЕРШЕНСТВО?!* [9 : 359].

Впускают футуристы в текст своих поэтических самопрезентаций и другие «персональные данные», реальные или вымышленные, например, сведения о месте рождения: *рожден я / В горах уральских среди озер* (В. Каменский) [9 : 253], месте проживания: *Я живу на Большой Пресне, / 36, 24 / Место спокойненькое. / Тихонькое* [4, I : 72]; *У меня дворец пятнадцатизэтажный, / У меня принцесса в каждом этаже* [10 : 159].

Внешние, физические характеристики редко включаются футуристами в самопрезентацию и, как правило, являются метафорой внутреннего самоощущения поэта. Когда Маяковский пишет: *Мир огромен мощью голоса, / иду – красивый, / двадцатидвухлетний* [4, I : 175], – это не столько автопортрет, сколько декларация своих взаимоотношений с миром. Совсем по-иному в диалог с миром вступает Д. Бурлюк: *Была душа больна / ПРОКАЗОЙ / О, пресмыкающийся раб, / Сатир несчастный, одноглазый, / ДОИТЕЛЬ ИЗНУРЕННЫХ ЖАБ!* [9 : 116], *Я хром / Серые дни. / Увядание крас. / Мы одни / Вытекает глаз* [9 : 118]. Северянин, явивший миру «красоту в образе “галантерейности”» [12 : 248] портрету предпочитает костюм: *Отныне плащ мой фиолетов, / Берэта бархат в серебре* [10 : 294]; *Весь я в чем-то норвежском! весь я чем-то испанском!* [10 : 259]. Три образа автора – три картины мира.

Самопрезентация на мировоззренческом уровне демонстрирует либо абсолютный релятивизм: *Я славлю восторженно Христа и Антихриста! <...> Голубку и ястреба! <...> Кокотку и схимника!* [10 : 100], либо богоборчество: *Это я / попал пальцем в небо, / доказал: / он вор* [4, I : 172].

Еще одним средством самопрезентации является беззастенчивая демонстрация своих желаний: *Моих желаний разнузданной орде / не хватит золота всех калифорний* [4, I : 126]; *Хочу смертей в Бесчестном кресле! / Хочу! Хочу! Хочу! Я рад!..* (И. Игнатев) [9 : 368] и нетривиальных симпатий: *Мне нравится беременный мужчина <...> Мне нравится беременная башня* (Д. Бурлюк) [9 : 121]. Все это призвано продемонстрировать масштаб и оригинальность личности.

Средством *косвенной самопрезентации* служит сравнение себя с другим: *Сегодня я – Наполеон! / Я полководец и больше. /*

Сравните: / я и он! [4, I : 73]; Был Карлом Смелым, был я Дантом, / Наполеоном – и собой! (И. Северянин) [9 : 347]. И конфронтация, и солидаризация с великими преследует одну цель: помещение субъекта самопрезентации в высокий, с точки зрения автора, регистр. Рядом с футуристами редко появляются обыкновенные люди, родные и близкие. А когда появляются, как в цикле Маяковского «Я», то ничего не проясняют, а лишь создают абсурдно-глобальный контекст: У меня есть мама на васильковых обоях [4, I : 47]; Морей неведомых далеком пляжем / идет луна – / жена моя [4, I : 46]; Солнце! / Отец мой! [4, I : 48].

При всем многообразии футуристических самопрезентаций в них выделяется несколько устойчивых моделей:

- **Я – чужой:** Пусть исчезну, / чужой и заморский, / под неистовства всех декабрей [4, I : 130];
- **Я – сумасшедший:** «Сумасшедший! / Рыжий!» – / запрыгали слова [4, I : 57]; Для толпы навсегда, навсегда, / Я хочу быть душевно-большим! (К. Олимпов) [9 : 353];
- **Я – гонимый:** Гонимый – кем, почему я знаю? [11 : 77]; Много мне зла причиняли / За то, что не этот, / Всегда нелюдим, / Везде нелюбим [11 : 151]; Ржут этажия. / Улицы пьются. / Обдают водой холода. / Весь истыканный в дымы и в пальцы, / переваливаю года [4, I : 131]; Меня поносят и клеймят / Последней руганью собаке, / Со Мною помойно говорят (К. Олимпов) [9 : 355–356].
- **Я – одинокий:** одинокий лицедей [11 : 166]; Я понял, что я никем не видим, / Что нужно сеять очи, / Что должен сеятель очей идти! [11 : 167]; Я одинок, как последний глаз у идущего к слепым человека! [4, I : 49]; Я одинок в своей задаче [10 : 186]; Торжествует Над Богом Мое Одиночество. / Я – Дома в Звездное Лото / Играю С Наготой. / Не Приходи Ко Мне Никто / На Разговор Пустой» (К. Олимпов) [9 : 356].

Если перечисленные модели являются общеромантическими, да, пожалуй, и общепозитическими, то более специфичными для футуристов можно считать **антиэстетическую и абсурдную самопрезентации**. Обе они, игнорируя требования первичного речевого жанра, не неся ни информации, ни оценки, выполняют исключительно художественные задачи. Мало кто из современников, подобно К. Чуковскому, смог признать за «тошнотворной эстетикой» «свинофила» А. Крученых извращенную, но все же эстетическую функцию. «Рафаэлями навыворот, эстетам наизнанку» [13 : 50] назвал критик футуристов, заявлявший: Я грязь за когтем / Я пахну дегтем (В. Каменский) [9 : 245]; Заатлантический

транспорт моей насморочной глубины / Не знает пределов (А. Крученых) [9 : 231]; И я лютел / Как выроненный слизняк! (А. Крученых) [9 : 233]; лежу и греюсь близ свиньи / на теплой глине / испарь свинины / и запах псины / лежу добрую на аршины (А. Крученых) [9 : 207]; как гусак / объелся каши / дрыхну / гуска рядом / мasha / с рожей красной / шепчет про любовь (А. Крученых) [9 : 230].

Еще одним шагом по пути разрушения первичного речевого жанра становятся абсурдные самопрезентации: Иногда мне кажется – / я петух голландский / или я / король псковский [4, I : 172]; ЗАБЫЛ ПОВЕСИТЬСЯ / ЛЕЧУ К АМЕРИКАМ (А. Крученых) [9 : 209]; Моя душа – эссенция кислот (А. Крученых) [9 : 237]. Коммуникативная цель данных высказываний полностью перемещается в сферу художественной коммуникации.

Одной из функций сампрезентаций футуристов является создание и поддержание **индивидуального мифа поэта**: Северянин – это гений и король поэтов, Хлебников – Председатель Земного Шара, первооткрыватель законов времени; Маяковский – тринадцатый апостол, позднее – агитатор, горлан, главарь; Каменский – поэт-авиатор.

Нельзя не отметить влияние самопрезентационных моделей ведущих поэтов направления на последователей. Комический эффект такого «присвоения» образа автора особенно ощутим в творчестве К. Олимпова: Я От Рождения Гениальный – / Бог Электричеством Больной <...> Я с Самодержец Вдохновенья, / Непогрешимец Божества [9 : 355]; Я быть могу вождем народа, / Предсовнаркомом всей земли! [9 : 359]. Реакцию читателей на такого рода признания запечатлел К. Чуковский: «Даже какой-то Олимпов, и тот говорил: “я гений”». Даже Павел Широков твердил: «Я себя выше всех превознес. Превозносить себя выше всех было первой заповедью эго-поэтов» [13 : 40].

Важным жанрообразующим признаком самопрезентации является **концепция адресата**. Двойственный образ автора – торжествующий повелитель и гонимый всеми безумец – программирует двойственный образ аудитории – поклоняющиеся холопы и негодующие обыватели: Я изнемог от лъстивой свиты [10 : 191]; Станем мы небовать, крыловать / А на нелюдей звонко плевать (В. Каменский). [9 : 245]. Кооперационным стратегиям, более характерным для речевого жанра самопрезентации, предпочитают конфронтационные.

Самопрезентации футуристов адресованы большим аудиториям, но их объем и качество у эго- и кубофутуристов различны. Северянин делает ставку на успех у недифференцированной публики: Я повсеградно озкеранен! / Я повесердно утвержден! [10 : 190]; Я прогресс-

мел на всю Россию [10 : 186]; *И я всемирно знаменит!* [9 : 347]. Маяковский более избирателен: со свойственной ему тягой к крайностям он ориентируется на абсолютный «низ» и абсолютный «верх»: *Меня одного сквозь горящие здания / проститутки, как святыню, на руках понесут / и окажут богу в свое оправдание. / И бог заплачет над моею книжкой!* [4, 1 : 62]. Толпа же нужна Маяковскому для решения чисто поэтических задач: агрессивной интонации, сниженной лексики, вытеснения интимности фамильярностью, в которой М. Бахтин видел способ «разрушения традиционных официальных стилей и мировоззрений, омертвевших и ставших условными» [2 : 277].

Самопрезентации футуристов включают в себя широкий репертуар речевых жанров, обслуживающих взаимодействие поэтов с публикой. Это мольба: *О, полюбите, пощадите вы меня! / Я и так истекаю собою и вами* [11 : 83]; призыв: *Так встречайте каждого поэта глумлением! / Ударьте его бичом!* (Е. Гуро) [9 : 259]; угроза: *Горе и Вам, взявшим / Неверный угол сердца ко мне: / Вы разобьетесь о камни* [11 : 182]; требование: *Пора возносить песнебойцев / При жизни на пьедестал* (В. Каменский) [9 : 254]; упрек: *Какая вы публика – злая да каменная / Не согрета огнем футуризма* (В. Каменский) [9 : 254]; обещание: *Все прощу я и так, не просите! / Приготовьте мне крест – я пойду* (Е. Гуро) [9 : 261]; инвектива: *Каждая строчка – пощечина. / Голос мой – сплошь издевательство. / Рифмы слагаются в кукиши. / Кажет язык ассонанс. / Я презираю вас пламенно, тусклые ваши сиятельства, / И, презирая, рассчитываю на мировой резонанс* [10 : 241]; самореклама: *Покупайте поэзы Широкова! / Широков – величайший поэт!* [9 : 374].

Двойственность образа адресата приводит футуристов к постоянному балансированию на грани успех / неуспех: *Литературного Мессию / Во мне приветствуют порой. / Порой бранят меня площадно* [10 : 186]; *Одни просили удалиться, / А те молили: «Озари»* [11 : 77]; *Короной кончу? / Святой Еленой? <...> я – равный кандидат / и на царя вселенной, / и на / кандалы* [4, 1 : 204]. Непонимание для футуристов не является коммуникативной неудачей. Оно входит в художественное задание их самопрезентаций: непонимание – это понимание того, что перед тобой *другой*.

Фактор времени в самопрезентациях футуристов также подчинен коммуникативной задаче самоутверждения. Время существует для того, чтобы двигать футуристов от безвестности и гонимости к признанию и победе. Поэтому прошлое вспоминается редко и подается негативно: *Когда я был робкий, безвестный поэт, / О славе мечтавший, – без*

славы дурмана [10 : 239]; настоящее доминирует, являясь главным модусом существования автора: *Я, – год назад, – сказал: «Я буду!» / Год отсверкал, и вот – я есть!* [10 : 190]; будущее мыслится как неопределенно далекое время торжества справедливости по отношению к самопрезентантам и наказания их обидчиков: *Как пророку, цветами устелят мне след* [4, 1 : 62]; *В ненастный день взойдет, как солнце, моя вселенская душа!* [10 : 191]; *Когда ж Земли падет основа / О ужас – буду я крылат* (И. Северянин) [9 : 348]; *И камни будут надсмехаться / над Вами, / как вы надсмехались / надо мной* [11 : 182].

Фактор языкового воплощения, определяющий в любом поэтическом тексте, вдвойне важен в жанре поэтической самопрезентации. Необходимость агрессивного продвижения себя и своего искусства во многом сформировала футуристическую поэтику. В самопрезентациях футуристов задействованы все уровни текста. Отметим лишь специфически футуристические:

- **оказиональное словотворчество**: *Я – сероптичка* [10 : 288]; *Я грезэр* [10 : 96]; *Я – вроде утроверта <...> небожаворонка <...> яркоплатка* (В. Каменский) [9 : 256];
- **расширение границ поэтического языка** за счет сниженной лексики: *транжир и мот* [4, 1 : 56], *грубый гунн* [4, 1 : 56], *площадной сутенер и карточный шулер* [4, 1 : 187];
- **языковая игра**: логогриф В. Каменского – *Излучистая / Лучистая / Чистая / Истая / Стая / Тая / Ая / Я* [14 : 93]; палиндром В. Хлебникова – *Я Разин и заря* [15 : 89];
- **фонетика**: как заметил И. Терентьев, у Крученых «впервые русская поэзия заговорила гортанью мужчины <...> Мужественность выразилась не в сюжете, <...> но в самой сердцевине слова – в его фонетике» [16 : 329]. Таким образом, фонетический облик текста стал одной из форм самопрезентации поэта.

Как видим, жанр самопрезентации имеет отношение к ядру футуристической поэтики и прагматики. «Где стиль, там жанр» [2 : 244], – утверждал М. Бахтин. В самопрезентациях футуристов стиль и жанр настолько взаимообусловлены, что невозможно однозначно решить, прагматика движет поэтику или поэтика ищет и находит себе прагматическое оправдание.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Корман Б. О.* Изучение текста художественного произведения // *Корман О. Б.* Методика вузовского преподавания литературы. Ижевск: Удмурт. ун-т, 2009. С. 12–134.

2. Бахтин М. М. Проблема речевых жанров // Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества. М.: Искусство, 1979. С. 237–280.
3. Луначарский А. В. Футуристы // Киевская мысль. 1913. № 135. 17 мая.
4. Маяковский В. В. Полное собрание сочинений: в 13 т. М.: Худож. лит., 1955–1961.
5. Третьяков С. М. Трибуна ЛЕФа // ЛЕФ. 1923. № 3. С. 154–164.
6. Маринетти Ф. Т. Наслаждение быть освистанным // Маринетти Ф. Т. Футуризм. М.: Прометей, 1914. С. 87–91.
7. Майерс Д. Социальная психология. СПб.: Питер, 2006. 754 с.
8. Чалдини Р., Кенрик Д., Нейберг С. Социальная психология. Пойми себя, чтобы понять других. СПб.: Прайм-Еврознак, 2002. 336 с.
9. Поэзия русского футуризма. СПб.: Академ. проект, 1999. 752 с.
10. Северянин И. Стихотворения. М.: Сов. Россия, 1988. 464 с.
11. Хлебников В. Творения. М.: Сов. писатель, 1986. 736 с.
12. Мандельштам О. Слово и культура. М.: Сов. писатель, 1987. 320 с.
13. Чуковский К. Собрание сочинений: в 15 т. М.: ТЕРРА–Книжный клуб, 2004. Т. 8. 664 с.
14. Русский футуризм. Теория. Практика. Критика. Воспоминания. М.: Наследие, 1999. 480 с.
15. Хлебников В. Собрание сочинений: в 6 т. М.: ИМЛИ РАН, 2006. Т. 6, кн. 2. 384 с.
16. Терентьев И. А. Грандиозарь // Алексей Крученых. К истории русского футуризма. Воспоминания и документы. М.: Гилея, 2006. С. 321–332.

REFERENCES

1. Korman B. O. Izucheniye teksta khudozhestvennogo proizvedeniya [Studying the text of a work of fiction]. In: Korman B. O. Metodika vuzovskogo prepodavaniya literatury [Methodology of university teaching of literature]. Izhevsk: Udmurt. Uni-t, 2009, pp. 12–134 (in Russian).
2. Bakhtin M. M. Problema rechevykh zhanrov [The problem of speech genres]. In: Bakhtin M. M. Estetika

slovesnogo tvorchestva [The aesthetics of verbal creativity]. Moscow, Iskustvo Publ., 1979, pp. 237–280 (in Russian).

3. Lunacharsky A. V. Futuristy [Futurists]. Kievskaya mysl., 1913, no. 135, May 17 (in Russian).

4. Mayakovsky V. V. Polnoye sobraniye sochineniy: v 13 t. [Complete works: in 13 vols.]. Moscow, Khudozh. lit. Publ., 1955–1961 (in Russian).

5. Tretyakov S. M. Tribuna LEFa [Left Front of the Art Platform]. LEF, 1923, no. 3, pp. 154–164 (in Russian).

6. Marinetti F. T. Naslazhdeniye byt osvistannym [The pleasure of being booed]. Marinetti F. T. Futurism. Moscow, Prometei Publ., 1914, pp. 87–91 (in Russian).

7. Myers D. Sotsialnaya psikhologiya [Social psychology]. St. Petersburg, Peter Publ., 2006. 754 p. (in Russian).

8. Cialdini R., Kenrick D., Neuberg S. Sotsialnaya psikhologiya. Poimi sebya, chtoby ponyat drugih [Social psychology. Goals in interaction]. St. Petersburg, Prime-Euroznak Publ., 2002. 336 p. (in Russian).

9. Poeziya russkogo futurizma [The poetry of the Russian futurism]. St. Petersburg, Akadem. proyekt Publ., 1999. 752 p. (in Russian).

10. Severyanin I. Stikhotvoreniya [Poems]. Moscow, Sov. Rossiya Publ., 1988. 464 p. (in Russian).

11. Khlebnikov V. Tvoreniya [Creations]. Moscow, Sov. pisatel Publ., 1986. 736 p. (in Russian).

12. Mandelstam O. Slovo i kultura [Word and culture]. Moscow, Sov. pisatel' Publ., 1987. 320 p. (in Russian)

13. Chukovsky K. Sobraniye sochineniy: v 15 t. [Collected works: in 15 vols.]. Moscow, Terra – Knizhnyi klub Publ., 2004, vol. 8. 664 p. (in Russian).

14. Russkiy futurizm. Teoriya. Praktika. Kritika. Vospominaniya [The Russian futurism. Theory. Practice. Critique. Memories]. Moscow, Naslediye Publ., 1999. 480 p. (in Russian).

15. Khlebnikov V. Sobraniye sochineniy: v 6 t. [Collected works: in 6 vols.]. Moscow, IMLI RAN, 2006, vol. 6, b. 2. 384 p. (in Russian).

16. Terentyev I. A. Grandiozar. In: Aleksey Kruchenikh. K istorii russkogo futurizma. Vospominaniya i dokumenti [To the history of the Russian futurism. Memories and documents]. Moscow, Gileya Publ., 2006, pp. 321–332 (in Russian).

Статья поступила в редакцию 15.01.2018

БИБЛИОГРАФИЧЕСКОЕ ОПИСАНИЕ СТАТЬИ

Иванюшина И. Ю. Жанр самопрезентации в лирике русского футуризма // Жанры речи. 2018. № 3 (19). С. 203–209. DOI: 10.18500 / 2311-0740-2018-3-19-203-209

For citation

Ivanyushina I. Yu. The Genre of Self-Presentation in the Poetry of the Russian Futurism. *Speech Genres*, 2018, no. 3 (19), pp. 203–209. DOI: 10.18500 / 2311-0740-2018-3-19-203-209

УДК 821.161.1.09-3+929

ББК 83.3(2Рос-Рус)1-4

DOI: 10.18500/2311-0740-2018-3-19-210-217

Н. В. Новикова
Саратов, Россия

Natalya V. Novikova
Saratov, Russia

**ХУДОЖЕСТВЕННО-БЕЛЛЕТРИСТИЧЕСКИЙ
ОТДЕЛ ЖУРНАЛА «ЗАВЕТЫ» (1912–1914):
ЖАНРОВОЕ РАЗНООБРАЗИЕ ПРОЗЫ**

**ART AND FICTIONAL DEPARTMENT
OF THE ZAVETY MAGAZINE (1912–1914):
GENRE VARIETY OF PROSE**

В данной работе фиксируется внимание на разнообразии жанров прозаических произведений, опубликованных в одном из «толстых» журналов столетней давности – «эсеровской» направленности «Заветах». С жанровой стороны художественно-беллетристический состав этого периодического издания, только начинающего входить в поле зрения литературоведов, ещё не рассматривался. Таким образом, актуальность заявленной темы очевидна. Внимание к жанровой составляющей «заветовской» прозы позволит оценить полноту отражения в нём текущей литературы, что свидетельствует о концептуальности литературно-критического подхода к ней, о стремлении удовлетворять достойному вкусу читателя, тем самым будет способствовать прояснению программно-эстетических установок создателей журнала. Целью работы является постановка исследовательской задачи и определение путей её выполнения. В качестве методов исследования избирается имманентный метод анализа текста и сравнительный, приложимый к ряду конкретных ситуаций (сопоставление жанрового состава прозы художественно-беллетристических отделов «Заветов» и «Русской мысли» того же периода; изучение динамики сосуществования произведений в пределах конкретного жанра: романа, повести, рассказа; рассмотрение «заветовских» публикаций писателей-беллетристов в контексте творчества каждого из них и в контексте журнала в целом). Изучение под обозначенным углом зрения журнального разнообразия жанров большой литературы и беллетристики, определяющего лицо периодического издания, позволит наглядно характеризовать программность редакторского отбора, который преследует, по меньшей мере, две цели: действительно разнообразить само чтение и, вместе с тем, продемонстрировать богатство текущей литературы, которое свидетельствует о её жизнеспособности, а отнюдь не об упадке.

Ключевые слова: журнал «Заветы» (1912–1914), «Русская мысль», художественно-беллетристический отдел, жанры прозы, роман, повесть, рассказ, хроника, этюд, сказание, сказ, рассказы, сказка, письмо, записки.

In this work the attention on a variety of genres of the prosaic works published in one of “thick” magazines of centenary prescription – “eserovsky” orientation “Precepts” is fixed. From the genre party the art and fictional structure of this periodical only beginning to enter in sight of literary critics wasn’t considered yet. Thus, the relevance of the announced subject is obvious. The attention to a genre component of “zavetovsky” prose will allow to estimate completeness of reflection in him the current literature that demonstrates conceptuality of literary and critical approach to her, about the aspiration to satisfy to worthy taste of the reader, thereby will promote clearing of program and esthetic installations of creators of the magazine. The purpose of work is statement of a research task and definition of ways of her performance. As methods of a research the immanent method of the analysis of the text and comparative, applicable to a number of concrete situations is chosen (comparison of genre structure of prose of art and fictional departments of “Precepts” and “The Russian thought” of the same period; studying of dynamics of coexistence of works within a concrete genre: novel, story, story; consideration “zavetovskikh” of publications of writers-fiction writers in the context of creativity of each of them and in the context of the magazine in general). Studying under the designated point of view of the journal variety of genres of big literature and a fiction defining the person of the periodical will allow to characterize visually a programmost of editorial selection which pursues at least two aims: to really diversify reading and at the same time to show richness of the current literature which demonstrates her viability, and not decline at all.

Key words: “Zavety” (1912–1914) magazine, “The Russian thought”, art and fictional department, prose genres, novel, story, story, chronicle, etude, legend, narration, cock-and-bull stories, fairy tale, letter, notes.

Сведения об авторе: Новикова Наталья Владиславовна, кандидат филологических наук, доцент кафедры русской и зарубежной литературы.

Место работы: Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н. Г. Чернышевского.

E-mail: novikovanv@mail.ru
ORCID 0000-0003-0197-2808

About the author: Novikova Natalya Vladislavovna, Ph.D., Associate Professor of the Department of Russian and Foreign Literature.

Place of employment: Saratov State University.

E-mail: novikovanv@mail.ru
ORCID 0000-0003-0197-2808

Введение

Журнал «Заветы» был задуман и начал выходить в свет в Петербурге в начале 1910-х годов. Появлением своим он обязан, прежде всего, В. М. Чернову, одному из лидеров партии социалистов-революционеров, обеспокоенному внутрипартийными настроениями в связи с разоблачением Азефа. Партийное руководство осознавало необходимость открытой трибуны для активизации революционной работы, для привлечения новых сил после их оттока, для укрепления рядов. Справедливости ради следует сказать, что журнал заведомо «неонароднической», «эсеровской» направленности не превратился в печатный орган сугубо идеологического характера. Разумеется, значительное место на его страницах занимали публицистические материалы, востребованные текущим моментом межпартийной борьбы, современной политической ситуацией, социально-экономическими, общекультурными проблемами.

Но создатели «Заветов», будучи приверженцами лучших демократических традиций ведения журнала, с первого его номера считали должным удовлетворять не только специфически партийному запросу своих читателей, но и общекультурному, прежде всего – литературному [1]. Судя по содержанию художественно-беллетристического отдела каждого тома, читатель имел возможность вновь встретиться с любимыми авторами, в прямом смысле слова – открыть неизвестные до того имена, чувствовать присутствие классической традиции и быть в курсе литературных новаций, приобщаясь ко всему этому – «мыслить и страдать», вдохновляться, находить источники веры в будущее вместе с героями произведений, отражающих текущую реальность. Такое – «поверх барьеров» – содружество читателя и писателя обуславливалось ещё и тем, что политический редактор, не говоря о сменивших друг друга литературных (В. М. Миролюбове и Р. В. Иванове-Разумнике), к литературе был неравнодушен, свободно владел основательным багажом отечественной и мировой классики, был сведущ в современном состоянии изящной словесно-

сти, имел и эстетическое чутьё, и несомненные литературные способности.

И, тем не менее, следует признать: ведущее положение среди авторов «толстого» журнала занимают, что и следовало ожидать, правоверные эсеры. При этом, как ни удивительно, в «своём» печатном органе они – в меньшинстве: В. Ропшин, Ив. Вольный, Н. Никандров. Однако объём опубликованного ими, пожалуй, превышает всё остальное, а на двух первых к тому же делается ставка: они должны привлечь внимание читателя не только к себе, но и к новому ежемесячнику в целом, начиная с дебютной его книги, и поддерживать читательский интерес на протяжении многих месяцев (с апреля 1912-го года по август 1914-го «Заветы» выходили 28 раз).

В то же время нельзя не заметить, что некоторая часть привлечённых к сотрудничеству писателей-беллетристов не разделяет партийных установок «заветовцев», исповедуя революционные идеи большевистского толка, реже – меньшевистского (Ив. Касаткин, Е. Замятин, А. Окулов, Я. Окунев, Н. Олигер, А. Соболев, Н. Ляшко). Также следует подчеркнуть, что среди авторов ежемесячника находятся и те, кто вообще не имеет отношения к какой бы то ни было партии. Иначе говоря, беспартийный статус художников-беллетристов или их партийная прописка по большей части не соответствуют исходной, собственно «заветовской». Игнорирование этого обстоятельства создателями ежемесячника можно расценивать как косвенное указание на то, что первостепенным для них был отнюдь не принцип партийной клановости в собирании писательского «актива» вокруг своего детища. Надо полагать, что редакционная коллегия «Заветов» в числе насущных своих задач видела ознакомление читателя с такими участниками современного литературного процесса, с такими образцами текущей литературной продукции, которые удовлетворяли бы строгим идейно-нравственным и эстетическим требованиям [2]. На первом месте для них – достойное качество самого текста, что, вне всякого сомнения, зависит и от оптимально подходящей жанровой его оболочки. В интересах читателя создателями журнала приветствуется и разнообразие жанровых форм, обусловленное

индивидуально-творческими предпочтениями, исканиями, устремлениями.

Основная часть

I. Обратимся к художественно-беллетристическому сегменту объёмного, многосоставного корпуса «Заветов» (разнообразии публицистических и лирических жанров этого периодического издания достойно специального рассмотрения). На страницах журнала печатаются *романы*: В. Ропшина (Б. Савинкова) – «То, чего не было (Три брата)»¹ и Л. Добронравова – «Новая бурса»²; *повести*: И. Бунин – «Весёлый двор»³, Ив. Вольного – «Повесть о днях моей жизни, радостях моих и злоключениях»⁴, К. Тренёва – «Владыка»⁵, Евг. Замятина – «Уездное» и «На куличках»⁶, Ник. Олигера – «Кожаный чемодан»⁷; *рассказы*: Вяч. Шишкова – «Краля», «Помолились»

и «Суд скорый» (два последних с подзаголовком: «рассказ из тунгусской жизни»)», К. Тренёва – «На ярмарке» и «Любовь Бориса Николаевича»⁹, Ал. Ремизова – «Свет немерцающий» и другие¹⁰, Л. Андреева – «Три ночи (Сон)» и «Воскресение всех мёртвых (Мечта)»¹¹, Н. Никандрова – «Во всём дворе первая» и «Во время затишья»¹², О. Форш – «Своим умом»¹³ и – под псевдонимом – ещё четыре её рассказа¹⁴, Ив. Касаткина – «Дорога» и цикл «маленьких рассказов»¹⁵, ещё один цикл рассказов – С. Гедройца¹⁶, «Крест на могиле (Из времён голода 1899 г.)» и «День манифеста» Ив. Новикова¹⁷, «Маша» Ал. Толстого¹⁸, «Жена умного человека» Ф. Сологуба¹⁹, «Бездомный» Б. Зайцева²⁰, «Подёнка» Ив. Шмелёва²¹, «Морока» А. Чапыгина²², «Карма» Ив. Рукавишников²³, «Профессор богословия» Л. Добронравова²⁴, «Интересная

¹Ропшин В. То, чего не было (Три брата). Роман в трёх частях // Заветы. 1912. № 1–8; 1913. № 1, 2, 4. Произведение печаталось в одиннадцати книгах ежемесячника.

²Добронравов Л. Новая бурса // Заветы. 1913. № 6–10/а.

³Бунин Ив. Весёлый двор. Повесть // Заветы. 1912. № 1. С. 20–61.

⁴Вольный Ив. Повесть о днях моей жизни, радостях моих и злоключениях. Детство // Заветы. 1912. № 1–3; *Он же*. Повесть о днях моей жизни, радостях моих и злоключениях. Отрочество // Заветы. 1912. № 4, 6, 8–9; *Он же*. Повесть о днях моей жизни, радостях моих и злоключениях. Юность // Заветы. 1913. № 9–12; Заветы. 1914. № 2, 5.

⁵Тренёв К. Владыка // Заветы. 1912. № 7. С. 49–105.

⁶Замятин Евг. Уездное. Повесть // Заветы. 1913. № 5. С. 46–99. Повесть «На куличках» была опубликована в № 3 за 1914 г., который был конфискован, редакция и автор – привлечены к суду за клевету на армию.

⁷Олигер Н. Кожаный чемодан. Повесть // Заветы. 1913. № 8. С. 90–124.

⁸Шишков Вяч. Помолились (Рассказ из тунгусской жизни) // Заветы. 1912. № 2. С. 91–101; *Он же*. Краля // Заветы. 1913. № 1. С. 58–84; *Он же*. Суд скорый (Рассказ из тунгусской жизни) // Заветы. 1914. № 3/а. С. 35–73.

⁹Тренёв К. На ярмарке. Рассказ // Заветы. 1913. № 1. С. 155–174; *Он же*. Любовь Бориса Николаевича. Рассказ // Заветы. 1914. № 2. С. 9–24.

¹⁰Ремизов Алексей. Свет немерцающий. 1. Пупочек. 2. Чудо. 3. Звёзды. 4. Котёнок. 5. Алёнушка. 6. Белый заяц. 7. Бабушка. С. 102–120; *Он же*. Святочное. Оказион. Рассказ. Аэрникон. Сергей Бахарь // Заветы. 1913. № 12. С. 13–42. Цикл печатался и под аналогичными названиями: «Свет незаходимый» (см. далее – в «Русской мысли»), «Свет немеркнувший», «Свет невечерний».

¹¹Андреев Леонид. Три ночи (Сон). Воскресение всех мёртвых (Мечта) // Заветы. 1914. № 1. С. 11–25.

¹²Никандров Н. Во всём дворе первая. Рассказ // Заветы. 1912. № 6. С. 131–164; *Он же*. Во время затишья // Заветы. 1914. № 7. С. 36–72.

¹³Форш О. Своим умом // Заветы. 1913. № 3. С. 52–80.

¹⁴Терек А. Шелушея // Заветы. 1913. № 7. С. 13–20; *Она же*. Безглазиха. Идиллия. Катбстрофа // Заветы. 1914. № 3/а. С. 9–34.

¹⁵Касаткин Ив. Дорога // Заветы. 1912. № 2. С. 70–90; *Он же*. Маленькие рассказы. I. Старухи. II. Домой. III. Разговор. IV. Болото. V. Утром. VI. В усадьбе. VII. Как это было. VIII. Торг. IX. Гражданин Пустых. X. Галах // Заветы. 1913. № 8. С. 66–89.

¹⁶Гедройц Сергей. Китайские рассказы. 1. Боги. 2. Обед. 3. Казнь. 4. Жемчужина. 5. Китайский осёл. 6. Ханшин (Китайская водка). 7. Курильщики опиума. 8. Чёрная гостья. 9. Пустыня. 10. Черёд жизни // Заветы. 1913. № 11. С. 48–72. [Сергей Гедройц – аллоним: В. И. Гедройц взяла имя умершего брата. См.: Мец А.Г., Заверный Л.Г. Гедройц Сергей // Русские писатели. 1800–1917: Биографический словарь: в 7 т. М., 1989. Т. 1. С. 535].

¹⁷Новиков Ив. Крест на могиле. Рассказ (Из времён голода 1899 г.) // Заветы. 1912. № 7. С. 108–125; *Он же*. День манифеста. Рассказ // Заветы. 1913. № 4. С. 73–83.

¹⁸Толстой Алексей Н., граф. Маша // Заветы. 1914. № 1. С. 26–53.

¹⁹Сологуб Фёдор. Жена умного человека. Рассказ // Заветы. 1914. № 2. С. 82–95.

²⁰Зайцев Борис. Бездомный // Заветы. 1914. № 5. С. 9–18.

²¹Шмелёв Ив. Подёнка. Рассказ // Заветы. 1913. № 1. С. 113–154.

²²Чапыгин А. Морока. Рассказ // Заветы. 1914. № 4. С. 92–101.

²³Рукавишников Иван. Карма // Заветы. 1913. № 2. С. 34–57.

²⁴Добронравов Леонид. Профессор богословия // Заветы. 1914. № 6. С. 92–145.

женщина» Д. Айзмана²⁵, а также рассказы менее известных авторов: П. Сурожского – «Степные люди»²⁶, Андр. Соболя – «Ростом не вышел»²⁷, Як. Окунева – «Степь»²⁸, М. Премирова – «В церковной караулке»²⁹, В. Воинова – «Крутьковская пасха» и «В камышах»³⁰, Ал. Окулова – «В осенние дни»³¹, М. Миронова – «Приёмная (Рассказ из жизни рабочих)»³², Ц. Лина – «В душное лето»³³.

Кроме перечисленных, в жанровом отношении наиболее частых, ходовых, на страницах «Заветов» можно найти ряд произведений самой разной жанровой природы. Во-первых, «Рождение человека» М. Горького даётся с подзаголовком «Из воспоминаний «проходящего»»³⁴ (в последующих изданиях включено в цикл «По Руси», сначала позиционированный автором как собрание очерков³⁵, что впоследствии было снято). В комментариях к циклу в известном академическом издании читаем: «Некоторые произведения <...> сопровождалось авторским жанровым определением, сохранённым и в ранних отдельных изданиях. <...> Горький называл эти произведения очерками» [3 : 583]. Как известно, писатель осознавал «условность своих жанровых определений»: «<...> у меня, – писал он, – целые книги, напри<мер>: «По Руси» <...> на-

писаны в смешанной форме очерка-рассказа. <...> Мне трудно расчленить у самого себя очерк и рассказ» [3 : 583].

Заметим, что жанровое уточнение (если не переименование) коснётся и «Повести о днях моей жизни» Ив. Вольного, в дальнейшем прибавится подзаголовок: «Крестьянская хроника» [4]. «Этюд», по определению автора – С. Сергеева-Ценского, – наиболее подходящее жанровое обозначение зарисовки под названием «Около моря»³⁶; «Иван-Осляничек» М. Пришвина печатается с подзаголовком «Из сказаний у Семибратского кургана»³⁷, здесь же – его оригинальный цикл из пяти живописных картин «Славны бубны»³⁸, к которым примыкает рассказ «Слуга времени»³⁹; «Россия в письмах»⁴⁰ – вынесено в заголовок ремизовских сочинений, опубликованных в трёх книгах журнала, ещё в одной его же – «Сказ и рассказы. Сказки»⁴¹, в другой – двадцать миниатюр (патериковых⁴² рассказов или легенд), объединённых названием «Бисер малый», в подзаголовке которого – «От словес дебренского старца»⁴³; наконец, «Живые вещи» Н. Ляшко названы автором «отрывками из записок»⁴⁴.

II. Наряду с отечественными писателями в «Заветах» было представлено более

²⁵ Айзман Д. Интересная женщина. Рассказ // Заветы. 1913. С. 73–110.

²⁶ Сурожский П. Степные люди. Рассказ // Заветы. 1913. № 3. С. 81–101.

²⁷ Соболев Андрей. Ростом не вышел // Заветы. 1914. № 5. С. 19–66.

²⁸ Окунев Як. Степь. Рассказ // Заветы. 1912. № 4. С. 74–114.

²⁹ Премиров М. В церковной караулке // Заветы. 1912. № 5. С. 23–52.

³⁰ Воинов В. Крутьковская пасха // Заветы. 1913. № 6. С. 63–75; Он же. В камышах // Заветы. 1913. № 11. С. 105–115.

³¹ Окулов Алексей. В осенние дни. Рассказ // Заветы. 1912. № 5. С. 55–85.

³² Миронов М. «Приёмная». Рассказ из жизни рабочих // Заветы. 1912. № 5. С. 139–154.

³³ Лин Ц. В душное лето // Заветы. 1913. № 6. С. 76–98. Попутно заметим, что М. Премиров, Н. Никандров, Н. Олигер и А. Соболев вызывают наш интерес ещё и с литературно-краеведческой точки зрения: их судьбы были связаны с Саратовом.

³⁴ Горький М. Рождение человека (Из воспоминаний «проходящего») // Заветы. 1912. № 1. С. 5–15.

³⁵ См. в XVIII т. Собрания сочинений М. Горького (1915): «По Руси. Очерки».

³⁶ Сергеев-Ценский С. Около моря. Этюд // Заветы. 1912. № 2. С. 58–68.

³⁷ Пришвин М. Иван-Осляничек (Из сказаний у Семибратского кургана). I. Семибратский курган. II. Бабье царство. III. Сухая весна. IV. Перед севом // Заветы. 1912. № 2. С. 5–30.

³⁸ Пришвин М. Славны бубны. 1. Коктебельские камешки. 2. У деда под бородой. 3. Любовь Османа. 4. Алмазная гора. 5. Белый дед // Заветы. 1913. № 10/а. С. 13–41.

³⁹ Пришвин М. Слуга времени // Заветы. 1914. № 2. С. 96–101.

⁴⁰ Ремизов Алексей. Россия в письмах. Круг жизни. Письма 1807–1826 годов // Заветы. 1914. № 3/а. С. 136–154; Он же. Россия в письмах. Столбец. Письмо горностаево // Заветы. 1914. № 6. С. 178–188; Он же. Россия в письмах. Каменные пруды. Письмо подспудное // Заветы. 1914. № 7. С. 153–158.

⁴¹ Ремизов Алексей. Сказ и рассказы. Сказки. I. Господень звон. II. За овцу. III. Кумушка. IV. Шантрап. V. Оклеветанная // Заветы. 1912. № 9. С. 9–25.

⁴² Патерик – отечник, старческая книга, жанр аскетической литературы, сборник изречений святых отцов, подвижников или рассказов о них.

⁴³ Ремизов Алексей. Бисер малый от словес Дебренского старца. 1. Пир у сына царёва. 2. Обоюдный. 3. Забытые Богом. 4. Забывшие Бога. 5. Страх смертный. 6. Страх первородный. 7. Покаяние. 8. Покровенный грех. 9. Человек Божий. 10. Испытание. 11. Власть. 12. Всякому своё. 13. Козлище. 14. Невера. 15. Вошиное наслание. 16. Нагой инок. 17. Иаков Постник. 18. Святая просфора. 19. Дела человеческие. 20. Симон Волхв // Заветы. 1912. № 8. С. 42–60.

⁴⁴ Ляшко Н. Живые вещи (Отрывки из записок). 1. Племянник. 2. Церковники. 3. Злой человек. 4. Из деревни. 5. Опять и опять. 6. Смех. 7. Обыск. 8. Крестов! Крестов! 9. В тумане // Заветы. 1913. № 12. С. 78–97.

десяти зарубежных: М. Андерсен-Нексе – романом «Пелле-Завоеватель»⁴⁵, Г. Уэллс – «повестью о человечестве» «Освобождённый мир»⁴⁶, Дж. Папини⁴⁷ и Дж. Голсуорси⁴⁸ – «Новеллами», Т. Краг⁴⁹, П. Милль⁵⁰, Фр. Элленс⁵¹ – подборками с одинаковым названием «Рассказы», П. Галльстрем⁵², С. Сивертц⁵³, А. Франс⁵⁴, М. Левель⁵⁵, А. Эстерлинг⁵⁶, В. Берседзю⁵⁷ – одиночными рассказами. К слову сказать, хотя Украина тогда входила в состав России, произведения В. Винниченко⁵⁸ и М. Коцюбинского⁵⁹, печатавшиеся в переводе с украинского, сохраняют свою национально-литературную прописку, что является одним из свидетельств деликатного, в духе программы, решения «заветовцами» национального вопроса.

Таким образом, можно констатировать широкий спектр жанровых дефиниций художественно-беллетристической составляющей «Заветов»: от разноформатных романов до множественных вариантов рассказа, с включением произведений «нерегламентированных» жанров, от стилизованных фольклорных до эпистолярно-автобиографических. «Заветы» по праву могли соперничать с другими «толстыми» журналами и даже превосходить их не только по содержательному многоцветью жанров эпического своего полотна, но и по адекватности и внятности синхронного воссоздания литературной современности.

III. Сравним, что из художественно-беллетристического адресовала своему читателю в одно время с «Заветами», к примеру, «Русская мысль». Обращаемся именно к этому «толстому» журналу, во-первых, потому, что он имел сходный с «Заветами» статус литературно-политического ежемесячника, с 1906 г. выходившего под редакцией известного в политических кругах П. Б. Струве. Идеино-политические приоритеты главного редактора, ещё в начале 1890-х гг. громко заявившего о себе как о марксисте, борце с народничеством, к концу десятилетия ставшего автором манифеста социал-демократической рабочей партии, приобретшего репутацию теоретика «легального марксизма», а уже с 1905 по 1915 г. состоявшего членом ЦК партии конституционных демократов, определяли вектор движения «Русской мысли». Идеологическая пристрастность, вызывавшая непрекращающуюся полемику между печатными органами разных партий, распространялась в первую очередь на публицистику, в меньшей степени она сказывалась на отборе беллетристического материала. В 1912–1914 гг. здесь публикуются окончание романа Д. Мережковского «Александр I»⁶⁰, «Роман-царевич. История одного начинания» З. Гиппиус⁶¹, «Наклонная Елена» – первая глава романа С. Сергеева-Ценского «Инженер Матиец»⁶²; повести: В. Брюсова – «Алтарь победы»⁶³, А. Грина – «Трагедия плоскогорья Суан»⁶⁴, А. Чапыги-

⁴⁵ Андерсен-Нексе М. Пелле-Завоеватель. Великая борьба. Роман : пер. с дат. // Заветы. 1912. № 5–9.

⁴⁶ Уэллс Г. Освобождённый мир. Повесть о человечестве : пер. с англ. // Заветы. 1914. № 1, 3/а–7. В дальнейшем произведение называлось романом.

⁴⁷ Папини Дж. Новеллы. 1. Элегия о несбывшемся. 2. Не хочу быть самим собою : пер. с ит. // Заветы. 1913. № 2. С. 122–127.

⁴⁸ Голсуорси Дж. Новеллы. 1. Предающие суду. 2. Шествие : пер. с англ. // Заветы. 1913. № 11. С. 73–86.

⁴⁹ Краг Т. Рассказы. Зима. Птица Луизы (маленькая сентиментальная история) : пер. с норв. // Заветы. 1913. № 4. С. 110–118.

⁵⁰ Милль Пьер. Рассказы. 1. Задавленная лань. 2. Воскресный отдых. 3. Добрый отец : пер. с фр. // Заветы. 1913. № 7. С. 111–125.

⁵¹ Из рассказов Фр. Элленса. 1. Слепой. 2. Звонарь. 3. Сапожник и его тень : пер. с фр. // Заветы. 1913. № 10/а. С. 73–92.

⁵² Галльстрем Пер. Кукла : пер. с швед. // Заветы. 1913. № 7. С. 128–146.

⁵³ Сивертц Сигфрид. Выздоровление : пер. с швед. // Заветы. 1913. № 5. С. 118–124.

⁵⁴ Франс. Анатолий. Очень мало подают : пер. с фр. // Заветы. 1913. № 12. С. 104–116.

⁵⁵ Левель Морис. Ожидание. Рассказ : пер. с фр. // Заветы. 1913. № 8. С. 125–128.

⁵⁶ Эстерлинг Андерс. Пока звонят колокола : пер. с швед. // Заветы. 1912. № 2. С. 117–121.

⁵⁷ Берседзю Витторио. Две жертвы : пер. с итал. // Заветы. 1913. № 6. С. 127–136.

⁵⁸ Винниченко В. К своим (По-свий!). Роман // Заветы. 1913. № 3–5; Он же. История Акимова здания // Заветы. 1912. № 3. С. 47–80; Он же. Хвостатые // Заветы. 1912. № 9. С. 26–45. Пер. с украинского – автора.

⁵⁹ Коцюбинский М. Тени забытых предков. Повесть : пер. с укр. // Заветы. 1912. № 1. С. 83–111; Он же. Именинный подарок : пер. с укр. // Заветы. 1913. № 5. С. 100–117.

⁶⁰ Мережковский Д. Александр I. Роман // Русская мысль. 1912. Кн. IV, X–XII.

⁶¹ Гиппиус З. Роман-царевич (История одного начинания) // Русская мысль. 1912. Кн. IX–II.

⁶² Сергеев-Ценский С. Наклонная Елена (Первая глава романа «Инженер Матиец») // Русская мысль. 1914. Кн. I–III.

⁶³ Брюсов В. Алтарь победы. Повесть IV века // Русская мысль. 1912. Кн. IV–VI, VIII–X.

⁶⁴ Грин А. Трагедия плоскогорья Суан. Повесть // Русская мысль. 1912. Кн. VII. С. 53–86.

на – «Белый скит»⁶⁵; *рассказы*: А. Ремизова⁶⁶, О. Форш⁶⁷, С. Ауслендера⁶⁸, П. Губера⁶⁹, М. Кузмина⁷⁰, Б. Садовского⁷¹, а также «этиюд» П. Романова «Суд»⁷².

Всё это впечатляет, но в действительности на страницах «Русской мысли» значимые вещи соседствуют с произведениями не сопоставимого с ними уровня: *романом* Ю. Слёзкина «Ольга Орг», *повестями* О. Руновой («Лунный свет» и «Мудрость жизни»), Анны Мар («Идущие мимо» и «Тебе единому согрешила»), М. Толмачёвой («Вечное»), Ал. Лугового («А жизнь идёт...»), Н. Каржанского («Волк»). То же самое относится и к многочисленным *рассказам* «Русской мысли» тех лет: Влад. Каренина («Яд» и «Разбитые стёкла»), Е. Елеонского («Волшебник»), Р. Диганова («Летний случай»), А. Кондратьева («Шёпот Пана», «Ехидна»), Н. Киселёва («В конце дороги»), Ю. Слёзкина («Когда лекарства не помогают», «Должное», «Пыль»), А. Демчинского («Генадам»), А. Бутягиной («Вечернее»), С. Рафаловича («Судный день»). К повестям Б. Садовского («Княгиня Зенеида») и М. Кузмина («Покойница в доме») не будем столь категоричны. Очевидно, что писатели первого ряда представлены в «кадетском» журнале всего несколькими именами. Основная масса авторов «Русской мысли» 1912–1914 гг. – беллетристы, не прошедшие проверку временем.

Подлинных мастеров немного и среди двух десятков западно-европейских авторов «Русской мысли» обозначенного периода. Страницы объёмистых книг журнала заполняют *романы* не только С. Лагерлёф («Дом Лильекроны»), Г. Гессе («Ростальда»), Г. Уэллса («Страстная дружба»), А. Беннета («Леонора»), но и П. Вальми («Семья Бериль»), К. Михаэлис («Регина»), Г. Штера («Хромой»); *рассказы* не только Х. Понтопидана («Друзья»), Л. Детлева («Вышка»), Р. Демеля («Слепая любовь»), Я. Порука («Белая одежда»), Дж. Папини («Последний визит больного дворянина»), но и А. Рансома («Маленькие серебряные змейки»), К. Осиан-Нильсона («В тумане»), Л. Ла-Розы («Преступление Германа Шульца»), Э. Пауля («Поэт

и актриса»), М. Брода («Гуго»), Ш. Филиппа («Восемь рассказов»), И. Бойера («Узник, который пел»), *новеллы* В. Зейделя («Сад Шухана») и Я. Шаффнера («Две казни»).

IV. Итак, редакционная коллегия «Заветов» сумела привлечь к сотрудничеству с журналом писателей первоклассных (М. Горький и И. Бунин становятся его визитной карточкой), тех, кто обзавёлся отдельными изданиями своих сочинений или их собраниями, заслуженно приобрёл известность, как правило, задолго до появления «эсеровского» журнала (Л. Андреев, Ф. Сологуб, А. Ремизов, Б. Зайцев, М. Пришвин, С. Сергеев-Ценский), кто был замечен как крепкий беллетрист благодаря публикациям в центральной периодике и столичных сборниках (И. Шмелёв, А. Толстой, И. Касаткин, А. Чапыгин, В. Ропшин, Л. Добролюбов, О. Форш), кто, наряду с ними, нашёл своего читателя (Д. Айзман, Н. Олигер, И. Руквишников, С. Гедройц), кто начал печататься в региональной прессе, но широкое признание получил, попав в «Заветы» (Н. Ляшко, Н. Никандров, Вяч. Шишков, К. Тренёв), самобытные голоса Ив. Вольного и Евг. Замятина впервые зазвучали именно здесь.

Помимо художников первого ряда и добротных писателей-беллетристов, накопивших колоссальный творческий опыт, в каждом отдельном случае – индивидуально окрашенный, воплощаемый в узнаваемой жанровой форме, оставивший своеобычный след в истории русской литературы, к «заветовским» беллетристам следует отнести ещё ряд авторов, шаблонизировавших жанр, не претендовавших на славу, но их доподлинное знание жизни, которая по разным причинам осталась за пределами видимости собратьев по перу, уплотняет, объективирует, оттеняет художественно-беллетристический контекст журнала и – шире – общежурнальный контекст. Каждый из оставшихся незначительным (а ныне и вовсе забытым) влетает своё слово в художественно-беллетристическое полотно «Заветов», следовательно, без них – журнал «неполный». Для постижения этой полноты требуется повернуться лицом к беллетристам

⁶⁵ Чапыгин А. Белый скит. Повесть // Русская мысль. 1913. Кн. IV–VI.

⁶⁶ Ремизов Алексей. Свет незаходимый. Рассказы. 1. Птичка. 2. Яблонька. 3. Беда. 4. Дикие // Русская мысль. 1913. Кн. X. С. 45–60; *Он же*. Свет незаходимый. Рассказы. 5. Белое знамя. 6. Спасов огонёк. 7. Странник божий // Русская мысль. 1913. Кн. XI. С. 3–16.

⁶⁷ Форш Ольга. Белый слон // Русская мысль. 1913. Кн. IX. С. 165–178.

⁶⁸ Ауслендер Сергей. Троицын день. Рассказ // Русская мысль. 1913. Кн. X. С. 63–74; *Он же*. Русалочье зелье. Рассказ // Русская мысль. 1914. Кн. VII. С. 2–18.

⁶⁹ Губер П. Кормщик. Рус. мысль. 1914. Кн. V. С. 83–107.

⁷⁰ Кузмин М. Рассказы. 1. Золотое платье. 2. Где все равны // Русская мысль. 1913. Кн. IX. С. 165–174.

⁷¹ Садовской Борис. Яблочный царёк // Русская мысль. 1912. Кн. VIII. С. 73–88; *Он же*. Бурбон. Военный рассказ // Русская мысль. 1913. Кн. IX. С. 81–106.

⁷² Романов П. Суд. Этиюд // Русская мысль. 1914. Кн. III. С. 64–84.

второго и третьего рядов и прицельно прочесть их сочинения.

Для кого-то публикация в «Заветах» была единичным эпизодом, не имеющим принципиального значения, для кого-то – показательным, ещё для кого-то – судьбоносным, поворотным моментом творческого пути. В любом случае важно осмыслить, что писатель дал журналу, что привнёс в него, как это взаимодействует с массивом «заветовской» прозы, и как, в свою очередь, журнал воздействует на автора, как художественно-беллетристическое окружение влияет на восприятие литературного явления в его жанровой ипостаси. Понятно, что журнальное разнообразие жанров большой литературы и беллетристики – результат редакторского отбора, который преследует, по меньшей мере, две цели: в расчёте на читателя – действительно разнообразить само чтение и, вместе с тем, сгущённо продемонстрировать жанровое богатство текущей литературы, которое свидетельствует о её жизнеспособности – на фоне муssiрующей мысли об утрате ею в начале 1910 гг. привычной роли.

Заключение

Несмотря на разнообразие беллетристических жанров, в рамках которых нашли себя «заветовские» авторы, у них по-прежнему сильно тяготение к жанровой устойчивости (но не статике). Роман, повесть, рассказ – таков жанровый костяк большинства напечатанных в ежемесечнике произведений. По большому счёту с жанровой точки зрения до сих пор не рассмотрено ни одно из них (в какой-то степени исключением являются рассказ М. Горького, роман В. Ропшина, повести И. Бунина и Ив. Вольного, отдельные произведения М. Пришвина и А. Ремизова). Вслед за имманентным выявлением жанровых черт типовых в этом отношении сочинений, равно как и для изучения жанрового эксклюзива, предстоит, на наш взгляд, коснуться характерных примет контекста творчества постигаемых писателей, апеллировать к специфическим проявлениям их художественных систем как в ретроспективном плане, так и, относительно того времени, в проекции на будущее, то есть в историко-литературной традиции. Абрис общего, запечатлевшегося в единичном, делегированном в «Заветы», позволит более явственно обрисовать жанровые особенности этого «делегата».

По нашему мнению, в анализе жанровой структуры художественно-беллетристической части журнала не будет лишней и попытка проследить за динамикой сосуществования произведений в пределах конкретного жанра, по отдельности – в романе, повести, расска-

зе, на предмет обнаружения в них общего и различного. Сравнительный поступенчатый – от романа к рассказу – анализ традиционных жанровых форм позволит высветить актуально-существенное в проблемно-тематическом содержании произведений, оценить их концептуальные идейно-эстетические достоинства, сделанные авторами новаторские шаги в воссоздании злбодневногo и вечного. Тем самым, исследуя жанровый каркас «заветовской» прозы, реконструируем обращённое к литературному потоку современности художественно-беллетристическое целое журнала с его программной литературно-художественной сверхзадачей [5].

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Новикова Н. В. Журнал «Заветы» (1912–1914): к истории создания, становления, рецепции // *Изменяющаяся Россия – изменяющаяся литература: художественный опыт XX – начала XXI веков: сб. науч. тр. Вып. II / сост., отв. редактор проф. А. И. Ванюков. Саратов: Науч. кн., 2008. С. 44–50.*
2. Новикова Н. В. Р. В. Иванов-Разумник – редактор и автор журнала «Заветы» (1912–1914) // *Литературно-критические выступления Р. В. Иванова-Разумника в журнале «Заветы»: учеб. пособие для студентов, обучающихся по напр. 031000 и спец. 031001 «Филология» / сост., автор вступ. ст. и примеч. Н. В. Новикова; под ред. Е. П. Никитиной, И. А. Книгина. Саратов: Изд-во Саратов. ун-та, 2007. С. 3–44.*
3. Горький М. Полное собрание сочинений: в 30 т. Т. XIV. Повесть. Рассказы. 1912–1917. М.: Наука, 1972. 336 с.
4. Вольнов Ив. Повесть о днях моей жизни: Крестьянская хроника. 2-е изд. М.: Гос. изд-во, 1923. 244 с.
5. Новикова Н. В. Первоэлементы эстетической программы журнала «Заветы» // *Изв. Саратов. ун-та. Нов. сер. Сер. Социология. Политология. 2009. Т. 9, вып. 1. С. 72–76.*

REFERENCES

1. Novikova N. V. Zurnal «Zavety» (1912–1914): k istorii sozdaniya, stanovleniya, recepcii [Zavety magazine (1912–1914): to history of creation, formation, reception] *Izmenyaushayasya Rossiya – izmenyaushayasya literature: hudozestvennyi opyt XX – nachala XXI vekov: sb. nauchnyh. tr. Вып. II* [Changing Russia – the changing literature: art experience of HH-of the beginning of the XXI centuries: coll. of sci. art.], iss. II. Saratov, ITS Nauch kn., 2008, pp. 44–50 (in Russian).
2. Novikova N. V. R. V. Ivanov-Razumnik – redactor I avtor zurnala Zavety (1912–1914) [Ivanov-Razumnik is an editor and the author of the Zavety» (1912–1914) magazine]. In: *Literaturno-kriticheskie vysusleniya R. V. Ivanova-Razumnika v zurnale Zavety* [Literary and critical performances of R. V. Ivanov-Razumnika in the Zavety magazine]. Saratov, Izd-vo Sarat. un-ta, 2007, pp. 3–44 (in Russian).
3. Gorkii M. *Polnoe sobranie sochinenii* [Complete works]: in 30 t. T. XIV. Tale. Stories. 1912–1917. Moscow, Nauka Publ., 1972. 336 p. (in Russian).

4. Volnov Y. *Povest o dnyah moei zisni: Krestyanskaya hronika* [The story about days of my life: Country chronicle]. 2nd ed. Moscow, Gos. izd-vo, 1923. 255 p. (in Russian).

5. Novikova N. V. Primary elements of the esthetic program of the *Zavety* magazine. *Izv. Saratov Univ. (N. S.), Ser. Sociology. Politology*, 2009, vol. 9, iss. 1, pp. 72–76 (in Russian).

Статья поступила в редакцию 05.12.2017

БИБЛИОГРАФИЧЕСКОЕ ОПИСАНИЕ СТАТЬИ

Новикова Н. В. Художественно-беллетристический отдел журнала «Заветы» (1912–1914): жанровое разнообразие прозы // *Жанры речи*. 2018. № 3 (19). С. 210–217. DOI: 10.18500/2311-0740-2018-3-19-210-217

For citation

Novikova N. V. Art and Fictional Department of the *Zavety* Magazine (1912–1914): Genre Variety of Prose. *Speech Genres*, 2018, no. 3 (19), pp. 210–217. DOI: 10.18500/2311-0740-2018-3-19-210-217

ИНТЕРНЕТ-ЖАНРЫ

УДК 811.161.1.37

ББК 81.2Рус-5

DOI: 10.18500/2311-0740-2018-3-19-218-225

К. М. Шилихина
Воронеж, Россия

Ksenia M. Shilikhina
Voronezh, Russia

ЛЕКСИЧЕСКИЕ МАРКЕРЫ ЖАНРОВ
ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИLEXICAL MARKERS OF THE ONLINE
COMMUNICATION GENRES

В статье обсуждаются методы выделения лексико-стилистических маркеров двух жанров интернет-коммуникации: блогов и бесед в группах в социальных сетях. Рассматриваются сильные и слабые стороны применения корпусных данных для выявления лексических единиц, характерных для монологической и диалогической онлайн-коммуникации. Исследование проводится на материале специально созданных микрокорпусов блогов и бесед, а также на материале Генерального интернет-корпуса русского языка (ГИКРЯ). Предварительные результаты исследования показывают, что для онлайн-дискурса характерно активное использование англицизмов. Кроме того, и монологическая, и диалогическая онлайн-коммуникация отличаются от письменного дискурса гораздо более высокой степенью орфографической вариативности. С устным дискурсом компьютерно-опосредованную коммуникацию также сближает формальный аспект использования лексики: и в блогах, и в беседах нередки случаи, когда на письме передается фонетическая, а не орфографическая форма слов. Другими тенденциями можно считать появление у слов новых значений, а также возникновение новых конструкций. И формальные, и содержательные особенности использования лексики в онлайн-дискурсе связаны с языковой игрой. Важно, что все названные тенденции часто реализуются внутри одного текста или диалога, что позволяет сделать вывод о том, что для онлайн-коммуникации в целом игра является одним из важнейших принципов организации дискурса.

Ключевые слова: блог, беседа, корпус, речевой жанр, орфографическая вариативность.

The article discusses methods of defining lexical and stylistic markers of the two genres of online communication, namely, blogs and group chats in social networks. Attention is paid to the strong and weak points of using corpus methods for finding lexical units which can be classified as genre markers of online monologues and dialogues. The research is based on the data obtained from snapshot corpora of blogs and group chats as well as from the General Internet Corpus of the Russian Language. Preliminary results demonstrate that, unlike traditional written discourse, online communication allows its participants to use a wide range of English borrowings. In addition, online communication is a lot more varied in terms of orthography. An important characteristic of online discourse is spelling which is closer to pronunciation rather than to orthographic norms of the Russian language. Yet another trends are the development of new word meanings and formation of new constructions. Both formal and semantic features of online communication are signs of language play. Quite often the texts demonstrate the use of a set of features, and this fact confirms the idea that language play can be considered as one of the most important principles of online discourse organization.

Key words: blog, online chat, language corpus, speech genre, orthographic variety.

Сведения об авторе: Шилихина Ксения Михайловна, доктор филологических наук, доцент кафедры теоретической и прикладной лингвистики.

Место работы: Воронежский государственный университет.

E-mail: shilikhina@rgph.vsu.ru

ORCID 0000-0002-2478-7296

About the author: Shilikhina Ksenia Mikhailovna, Doctor of Philology, Associate Professor of the Department of Theoretical and Applied Linguistics.

Place of employment: Voronezh State University.

E-mail: shilikhina@rgph.vsu.ru

ORCID 0000-0002-2478-7296

1. Жанры или форматы?

Интерес лингвистов к онлайн-дискурсу вполне закономерен: наряду с традиционными устным и письменным модусами общения компьютерно-опосредованный дискурс стал третьим модусом, в котором сегодня осуществляется значительная доля коммуникации [1–4]. Можно говорить о том, что благодаря своим технологическим особенностям, Интернет стал той средой, в которой на наших глазах получает новую «технологическую оболочку» явление, которое К. Ажеж назвал «человеком диалогическим» [5].

Особый интерес интернет-дискурс представляет с точки зрения жанровой специфики: новое коммуникативное пространство по-новому обострило проблему речевой системности, которая «... является ключевой не только для теории речевых жанров: не будет преувеличением сказать, что адекватное решение данной проблемы – задача-максимум и лингвистики текста, и теории дискурса» [6 : 78].

Жанровая структура компьютерно-опосредованного дискурса остается предметом дискуссий. В частности, исследователи компьютерно-опосредованной коммуникации задаются вопросом, насколько применимо само понятие *речевого жанра* к тем формам речевого взаимодействия, которые существуют в Интернете. Так, О. Ю. Усачева считает, что термин *речевой жанр* должен быть заменен термином *формат*, поскольку последний более точно отражает технологические особенности организации коммуникации в Интернете [7].

Сторонники использования термина *речевой жанр* применительно к коммуникации в Интернете опираются на определение речевого жанра, данное М. М. Бахтиным («относительно устойчивые тематические, композиционные и стилистические типы высказываний» [8 : 255]), однако В. М. Алпатов указывает на то обстоятельство, что концепция М. М. Бахтина осталась недоработанной, а само понятие жанра трактовалось весьма расплывчато вследствие расширенного понимания высказывания [9]. Многочисленные определения речевого жанра, уточняющие бахтинскую дефиницию [10–12], указывают на то, что речевой жанр – это, в первую очередь, *форма*, в рамках которой действуют участники коммуникации. В качестве примеров приведем лишь несколько дефиниций:

«Речевой жанр – это форма речевой реализации актов коммуникативной деятельности в коммуникативном событии» [10 : 32]. И далее: «Речевой жанр – это форма структурирования речевой продукции, иными словами, форма организации текста» [10 : 33];

«... мы определяем речевые жанры как вербально-знаковое оформление типических ситуаций социального взаимодействия людей» [12 : 8].

Несмотря на кажущееся многообразие вариантов общения в Интернете, онлайн-дискурс, как и реальное общение, может быть представлен именно как набор типизированных коммуникативных ситуаций. Поэтому представляется, что термин *речевой жанр* оказывается вполне удобным для описания этих ситуаций.

Одним из важных исследовательских вопросов является вопрос о том, как происходит формирование жанров онлайн-коммуникации. С одной стороны, значительная часть жанров, традиционных для устного и письменного дискурса, была перенесена в новую коммуникативную среду. С другой стороны, в результате появления новых технологических возможностей сформировались жанры, которые функционируют только в интернет-коммуникации в силу их технологической специфики.

Исследователи предлагают различные основания для классификации жанров, бытующих в интернет-пространстве (обзор классификаций см., например, в [13]). Для целей данного исследования мы предлагаем выделить *жанры монологической направленности* (например, блоги) и *жанры диалогической направленности* (в эту группу попадают любые формы диалогического общения, которое осуществляется в социальных сетях, мессенджерах и на форумах, а также в чатах). Есть и гибридные жанры, сочетающие в себе свойства монологического и диалогического общения. Например, гибридным можно считать жанр комментария к различного рода онлайн-публикациям, когда изначально монологический текст становится информационным поводом для диалога читателей.

Очевидно, что любой жанр, будучи *формой* организации речи в типизированной ситуации, в том числе жанры компьютерно-опосредованной коммуникации, должны обладать определенными стилистическими характеристиками. Одной из таких характеристик может быть сознательный отбор лексических средств. Естественно предположить, что различные жанры компьютерно-опосредованной коммуникации будут демонстрировать такие варианты использования лексики, которые будут отличать эти жанры и друг от друга, и от близких по формальным характеристикам жанров письменной или устной коммуникации. Представляется, что эти различия можно будет считать одним из «жанрообразующих» параметров.

Цель данного исследования – провести лексико-семантический анализ отдельных жанров компьютерно-опосредованного дискурса и посмотреть, существуют ли какие-либо языковые средства, которые можно считать своеобразными «жанровыми маркерами» онлайн-коммуникации? Иными словами, необходимо ответить на вопрос о том, отличаются ли жанры интернет-коммуникации с точки зрения лексического наполнения, есть ли такие языковые единицы, появление которых более вероятно именно в контексте общения в Интернете?

Поиск таких маркеров необходим, с одной стороны, для возможности определения жанровой принадлежности новых текстов. С другой стороны, данные о стилистическом «тяготении» лексических единиц к сфере интернет-коммуникации должно отражаться в современных словарях, например, в виде соответствующих стилистических помет.

Данное исследование ограничено двумя речевыми жанрами: блогом (жанром изначально монологическим) и беседой в социальной группе (диалогическим жанром). Такой выбор обусловлен тем, что, по нашей гипотезе, монологические жанры по своим лексико-стилистическим характеристикам могут отличаться; кроме того, монологическая коммуникация может быть по своим лексико-стилистическим свойствам приближена к письменной речи, а диалогическая – к устной.

2. Проблема отбора материала для исследования

Анализ интернет-коммуникации, как правило, проводится на материале, который исследователи собирают в ходе собственных наблюдений за общением в этой среде. Однако такие исследования неизбежно отличаются определенной степенью субъективности: во-первых, на основе наблюдений, пусть даже и достаточно длительных, трудно предсказать появление той или иной словоформы. Во-вторых, без анализа данных о частоте использования лексических единиц невозможно определить, действительно ли мы имеем дело с явлениями, которые отличают интернет-коммуникацию от письменной или устной речи. Наконец, зачастую жанровые особенности определяются не просто употреблением отдельных языковых единиц, а их комбинацией или концентрацией в диалогах или текстах. Поэтому наблюдение должно быть дополнено другими методами сбора данных.

Возможным решением проблемы может стать привлечение языковых корпусов. Однако и здесь исследователи сталкиваются с рядом сложностей (об этом см., например, [2]). Обра-

щение к Национальному корпусу оказывается продуктивным, если исследователь точно знает, какие словоформы, леммы, словосочетания или грамматические конструкции он ищет. В случае анализа лексических особенностей жанра лингвист может опираться только на гипотезы, основанные на собственной интуиции, а, как известно, интуиция и коллективный узус далеко не всегда совпадают.

Выходом из сложившейся ситуации может стать создание собственных микрокорпусов текстов интересующих нас жанров. Далее эти корпуса могут быть проанализированы с помощью конкордансеров: эти программы позволяют получать частотные списки словоформ, коллокаций, а также на основе сравнения двух текстовых массивов выявлять ключевые слова, характерные для каждого из них. Такой анализ предоставляет исходные качественные и количественные данные, которые могут быть использованы для подтверждения или опровержения интуитивных представлений исследователей. Исходя из этого в данном исследовании было принято решение в качестве исходного материала использовать собственные микрокорпуса блогов и онлайн-бесед (объем каждого корпуса – около 100 тыс. словоупотреблений). Далее микрокорпуса были проанализированы с помощью конкордансера AntConc. Полученные частотные списки словоформ стали отправной точкой для использования ГИКРЯ. Привлечение этого макрокорпуса обусловлено тем, что выявление лексических маркеров интернет-коммуникации оказывается нетривиальной задачей, поскольку, во-первых, мы имеем дело с большим тематическим разнообразием даже внутри исследуемых жанров. Во-вторых, в рамках одного жанра коммуникация может качественно отличаться, поскольку на выбор лексических средств и способов их использования влияют различные экстралингвистические параметры, например, принадлежность к определенной возрастной/социальной/профессиональной группе. Именно поэтому привлечены данные ГИКРЯ, которые, благодаря своему объему, в некоторой степени нивелируют социальные различия. В результате комбинация данных микро- и макрокорпусов позволяет обнаружить некоторые закономерности в отборе лексики в блогах и онлайн-беседах и далее проверить гипотезы о наличии или отсутствии лексико-стилистических особенностей в монологическом и диалогическом общении онлайн.

Необходимо сделать еще одно замечание относительно способа привлечения данных ГИКРЯ: поскольку данный корпус включает несколько подкорпусов, для сопоставления диалогического и монологического онлайн-дискурса привлекались данные подкорпуса

Живого Журнала (8720 млн словоформ) и подкорпуса ВКонтакте (9820 млн словоформ). Данные этих текстовых массивов позволяют сопоставлять лексический выбор участников монологического и диалогического онлайн-дискурса.

3. Анализ частотных списков и данных ГИКРЯ

На первом этапе исследования был составлен частотный список словоформ микрокорпусов блогов и бесед. Чтобы убедиться, что встретившиеся в микрокорпусах заимствования не являются единичными случаями, употребление этих словоформ было далее проверено на материале ГИКРЯ.

Частотные списки словоформ позволяют говорить о тенденциях, которые касаются не столько содержательной стороны коммуникации, сколько ее формальных характеристик. в частотных списках встречается большое количество англицизмов. Частота отдельных словоформ и в микрокорпусе блогов, и в микрокорпусе бесед в целом невелика, однако общее их количество позволяет говорить о том, что Интернет становится своеобразной площадкой для «обкатки» англоязычных заимствований, причем способы этой «обкатки» могут быть самые разные. Например, в частотных списках встретились контексты, в которых использовались аббревиатуры, записанные латиницей:

Если вы выстроили грамотную HR-стратегию, вероятность того, что новички останутся в компании в течение трех лет, повышается на 58%.

Upd: Из этой серии чехи также зажигают. У них женские фамилии обычно заканчиваются на «ова» – Вондрачкова и так далее. И я как-то купил журнал о кино на чешском, а там – Вупи Голдбергова, Шэрон Стоунова, Анджелина Джолинова.

Частотный список словоформ показал, что наряду с использованием англоязычных аббревиатур авторы сообщений также используют транскрипцию, причем данный способ оказывается предпочтительным: по данным ГИКРЯ, в подкорпусе Живого Журнала содержится 24165 контекстов употребления транскрипции *апдейт*, а ее относительная частота составляет 2,072 вхождения на 1 млн словоупотреблений. Лексема употребляется в двух значениях: 1) *апдейт* – добавление новой информации к написанному ранее, часто в связи с изменением ситуации; 2) *апдейт* – обновление к компьютерной программе. Различать эти два значения помогает контекст: в первом значении слово используется как подзаголовок и сопровождается двоеточием.

Я вот тут подумал, что хочу сделать карьеру Хью Хеффнера.)

Апдейт: начал читать его карьеру и оказалось, что у него такое сочетание ТИГР+ОВЕН. Крайне продуктивное сочетание. Ротшильд тоже был из наших, да и много кто:) [ГИКРЯ, Живой Журнал].

Апдейт: котейка пристроена! [ГИКРЯ, Живой Журнал].

История последних апдейтов показывает, что когда суповцы пытаются что-то улучшить или доработать, то оборачивается это внезапным «ддосом», отвалившимися настройками и прочими глюками разной степени глобальности ГИКРЯ, Живой Журнал].

Вместо аббревиатуры HR авторы Живого Журнала часто используют написание *эйчар*, реже – *эйч ар*. В подкорпусе Живого Журнала содержится 1838 контекстов с леммой «эйчар» (относительная частота – 0,166) и около 40 контекстов для словосочетания «эйч ар»:

Сидела я сидела, и решила что все таки денег мне мало, а хотелок меньше от этого не становится. Пошла разослала резюме по всяким эйч ар. Посмотрим. Наверное, там кадровики поржут над резюме юриста, ищущего вакансию наборщика текста, например [ГИКРЯ, Живой Журнал].

В конце мая дизайнер, фотограф, ИП или даже офисный персонал берет свою бухгалтерию, маркетинг или эйчари они едут в Италию [ГИКРЯ, Живой Журнал].

В подкорпусе социальной сети ВКонтакте лемма *эйчар* используется гораздо реже – 240 контекстов обеспечивают ей относительную частоту всего в 0.017 вхождений на 1 млн словоформ.

Еще один пример заимствования – лексема *абьюзер*, которая дважды встретилась в микрокорпусе блогов:

Или наоборот – все замужем, а ее теперь не очень-то охотно зовут в гости, ведь семейные пары обычно дружат с парами. Или она только-только выбралась из многолетних отношений с абьюзером, который по классической схеме запрещал ей вообще с кем-то дружить.

По данным ГИКРЯ, слово *абьюзер* встречается в подкорпусе ВКонтакте 164 раза (относительная частота – 0,014), в подкорпусе Живого Журнала – 265 раз (относительная частота – 0,028):

Узнала новое слово – абьюзер. И знаете, по моей статистике их очень много [ГИКРЯ, ВКонтакте].

Разрушив границы жертвы, сломив волю, забрав все возможные ресурсы, абьюзер, который желает только одного – играть чувствами, попивать кровушку, тянуть эмоциональные силы, пытаться, терзать – начинает

ту ролевою игрою, которая ему близка. Романтический **абьюзер** играет в люблю-нелюблю, жжет на личном уровне. Политически окормленный **абьюзер** хочет иных развлечений. Эмоциональный абьюз уже не удовлетворяет его, он любит власть, ужас и контроль. Власти над жалкой жертвой ему мало. Нужна слава и желательна героическая. Размах и масштаб. Насилие над обществом, чтобы доказать. Доказать собственное превосходство. Странная логика, но **абьюзерами** не от большого ума становятся [ГИКРЯ, Живой Журнал].

Еще один пример – слово **баттл**: в микрорепортаже блогов оно встретилось только в одном контексте:

Мне жанр «**баттла**» напоминает джаз с его бесконечными импровизациями, но только в данном случае не звуковыми, а словесными.

Однако в ГИКРЯ он встречается 2975 раз (относительная частота – 0,250) в Живом Журнале и 5505 раз – в текстах сети ВКонтакте (относительная частота – 0,436):

Друзья, **танцевальный баттл** состоится 21 декабря в воскресенье – в кафе Барабас... [ГИКРЯ, ВКонтакте].

Я проиграл баттл в рамках Фристайла [ГИКРЯ, ВКонтакте].

Интересно, что в контекстах из подкорпуса Живого Журнала можно наблюдать многозначность слова **баттл**: оно может означать либо «соревнование в каком-либо умении, состязание, часто вербальное», либо «бутылка с напитком, как правило, алкогольным»:

Намедне случился у нас **чизкейк баттл** с другом. Думала-думала какой чизкейк приготовить и решила, что классику ее ж ничем нельзя побороть [ГИКРЯ, Живой Журнал].

Другой мой друг вернулся с Белого моря. Привез сувенир. Баттл местной водки «Похьяла». Девиз на **баттле** следующий – «Мы Карьяла, нам – похьяла!» [ГИКРЯ, Живой Журнал].

Еще одна тенденция, свойственная преимущественно диалогической онлайн-коммуникации, – отражение фонетической редукции, свойственной устной речи, на письме. Фактически пользователи решают проблему транскрипции устной речи, когда пишут *прям*, *пасиб*, *чота* (*чо-та*), *ваще*, *седня/седни*, *да ланна*, *нг*, *крч* и т. д. Вот несколько примеров из микрокорпуса бесед:

я **чѐт** не понял какого хрена устная часть ин яза сдаётся два дня

Ладна. Я в магаз. Скоро вернусь. Пишите в личку.

Можно говорить о том, что для лексического оформления высказывания в онлайн-диалоге характерна информационная компрессия, т. е.

сжатие плана выражения при сохранении плана содержания [14 : 241].

В онлайн-диалогах существует тенденция усечения определенных классов слов в соответствии с тем, как они произносятся в устной речи. Так, часто сокращению подвергаются орфографические формы личных и неопределенных местоимений:

– А теперь для тех, кому лень слушать. Кто успеет к след среде подготовить физику? Чтобы она как в прошлом году обиду не кинула.

– Чего она ждёт, что в среду все придут готовые?! Лан **эт** все лирика.

А так у **мнулап**топ увели и бродбанд, ну и крч.

– Мы завтра **че** то пишем?

– Сочинение по литре.

– На уроке тип?

– Да.

Другая группа слов, регулярно употребляющихся в усеченной форме в диалогической онлайн-коммуникации, – дискурсивные маркеры. Ярким примером здесь является дискурсивный маркер *крч* (*короче*): в подкорпусе ВКонтакте он встречается в 25971 контексте (относительная частота – 2,304 вхождения на 1 млн словоформ), а вот в Живом Журнале – только в 380 контекстах (относительная частота – только 0,037):

Высказавца что ль:) **Крч** эротика – это хрен пойми что. Ни **фига** это не искусство [ГИКРЯ, ВКонтакте].

Заметим, что использование в игровых целях фонетических форм вместо орфографических характерно для инфинитивов (*высказавца*, *побаиваться*). Кроме того, отдельные слова чаще других подвергаются намеренному орфографическому искажению: так, встретившиеся однократно в микрокорпусах словоформы *вапще* и *ващце*, а также и другие варианты написания слова *вообще* регулярно встречаются в ГИКРЯ (таблица).

Абсолютная частота вхождения вариантов написания слова *вообще* в подкорпусах Живого Журнала и ВКонтакте ГИКРЯ

Absolute frequency of variant of spelling of the word *occurrence in general* (Sub corps of LiveJournal and VKontakte)

Вариант написания	Живой Журнал	ВКонтакте
<i>вапще</i>	21149	2104
<i>ващце</i>	5009	562
<i>воопще</i>	1686	940
<i>вааще</i>	159	32

Загадочная женщина загадит жизнь **ващце** кому угодно [ГИКРЯ, Живой Журнал].

А еще Баффет подошел к шторе и пометил ее. Прямо у меня на глазах. Нормально **ващце**? А сейчас свернулся клубочком и лежит в кресле, как ни в чем не бывало [ГИКРЯ Живой Журнал].

Блин, **вапще** не понимаю, что я делаю в вк! [ГИКРЯ ВКонтакте].

а мне **вапще** ничего не видно – квадратик красной вместо фотки: ([ГИКРЯ ВКонтакте].

Но **воопще** очень даже миленько... [ГИКРЯ Живой Журнал].

Использование фонетического облика слова вместо орфографического уже давно является стилистической особенностью русскоязычной онлайн-коммуникации. Результатом такой активной игры пользователей с языком стала большая орфографическая вариативность, иногда доходящая до того, что слово может стать неузнаваемым. Например, слово *вообще-то* в блогах и беседах может выглядеть как *тащемта* либо *тащемто*:

В этот так сказать лунный день **тащемта** всем желаю счастья в жизни, мозга в голову и сала [ГИКРЯ, Живой Журнал].

Тащемто всех девушек с 8 марта! [ГИКРЯ, ВКонтакте].

Тащемта встречается 3658 раз в Живом Журнале и 878 раз в подкорпусе ВКонтакте, *тащемто* – 87 раз в Живом Журнале и только 14 раз в подкорпусе ВКонтакте.

В результате возникновения такого орфографического многообразия поиск информации затрудняется, а у рядовых пользователей создается ощущение неустойчивости языковой системы.

Назовем еще две тенденции использования лексики в онлайн-коммуникации: использование слов в новых значениях и появление новых конструкций. Примером первой тенденции является диалог, в котором словоформа *вынес* употребляется в значении «победил»:

- **А:** Вы там победили??
- **В:** Да?
- **А:** Уоооо?
- Красава?
- Уважаю?
- Скорнякову вынес, 80 шк вынес?
- Боженька?

В: Спасибо, я как раз их девочку на 7,4 прореценировал?

А: Красава.

В качестве примера новой конструкции можно привести выражения *ну такое/такое себе*:

Ну такое, давай ты там доклад расскажешь и все.

– Предварительно – вы в Питер едете?

– Ну честно говоря **такое себе**. Если уровень слабее... У меня всё таки 11 класс, лучше

мне кажется подготовиться к егэ . А так я попозже скажу.

Наконец, для онлайн-дискурса характерна концентрация названных явлений в одном тексте, что хорошо иллюстрируют следующие примеры из ГИКРЯ и микрокорпуса блогов:

Но **воопще** очень даже миленько... Секретарша с оскалом № 3, злобная тетя бухгалтер, дядьки в костюмах, прикольный начальник и гламурные **деффки**-коллеги. Впрочем **деффки** очень даже позитивные. Кружки с чаем возле компа, открыточки, записульки и сменная обувь под столом. **АЙ ЛАЙК ИТ** [ГИКРЯ Живой Журнал].

Сегодня утром захожу в управу – а у нас там самый «сурьезный» охранник сидит. Здоровуюсь – получаю вопрос «ВН! А чей-таты всегда на позитиве?» Ответ **естесна** был дан исчерпывающий «А **патамушта** это, Коленька, тебя сильно выбешивает!» И ведь признался **гамт**, что это действительно так – в общем стороны «обменялись рукопожатиями», но когда я от вахты уходил – Коля улыбался счастливой улыбкой начинающего идиота.

Приведенные фрагменты демонстрируют реализацию практически всех описанных выше тенденций в использовании лексики в онлайн-коммуникации. Последовательное использование фонетических форм вместо орфографических, транскрипция англоязычной фразы в первом контексте дополняется уменьшительными формами (*открыточки, записульки*), что создает игровой эффект. Во втором примере автор блога не только намеренно искажает орфографический облик слов, но также использует прецедентные высказывания (обменялись рукопожатиями), что также является сигналом языковой игры, которая в данном контексте придает ироничность высказыванию.

4. Предварительные итоги

Даже фрагментарный анализ корпусных данных позволяет говорить о том, что лексико-стилистическим маркером онлайн-коммуникации можно считать вариативность формы слова. Если в разговорной речи «... смысловая организация высказываний гораздо важнее формальной» [6 : 23], то в ряде жанров интернет-коммуникации форма оказывается не менее важной, чем содержание.

Если в устном и письменном модусах жанры – это образцы, которым следуют, то в компьютерно-опосредованной коммуникации свойством некоторых жанров является нарушение существующих образцов. Поэтому орфографическая вариативность онлайн-коммуникации оказывается значительно выше той, что наблюдается в традиционном

письменном дискурсе. Регулярная игра с орфографической формой слов и словосочетаний указывает на то, что коммуникация в Интернете, несмотря на письменную фиксацию, по семиотическим свойствам далека от традиционного письменного дискурса. Ср. мнение А. Соломоника о семиотических свойствах письменности: «Правила их использования очень ригидны, значительно меньше энтропии наблюдается в операциях с буквами, чем, допустим, в операциях со словами (при записи мы не можем отклоняться от правил правильного письма, в разговоре существует масса возможностей для комбинаций с одним и тем же словом)» [15 : 102].

Наконец, можно сделать методологический вывод о том, что создание микрокорпусов текстов определенных жанров может быть первым шагом в обнаружении лексико-стилистических маркеров интернет-коммуникации: анализ таких корпусов при помощи конкордансеров позволяет обнаружить основные тенденции в использовании лексики. Эти тенденции могут быть далее проверены на материале макрокорпуса.

Работа выполнена при финансовой поддержке РФФИ (проект № 17-04-00421 «Лингвистическая подготовка и создание электронного “Живого стилистического словаря русского языка”»).

This work was financially supported by the Russian Foundation for Basic Research, according to the Order number 17-04-00421 «Linguistic preparation and creation of the electronic “Live stylistic dictionary of the Russian language”»

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Сидорова И. Г. Коммуникативно-прагматические характеристики жанров персонального интернет-дискурса (сайт, блог, социальная сеть, комментарий) : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2014. 24 с.
2. Дементьев В. В., Степанова Н. Б. Корпусная генеристика : проблема ключевых фраз // Жанры речи. 2016. № 1. С. 24–41.
3. Колокольцева Т. Н. Диалогичность в жанрах интернет-коммуникации (чат, форум, блог) // Жанры речи. 2016. № 2. С. 96–104.
4. Панченко Н. Н. Жанровое своеобразие стеба в интернет-коммуникации // Жанры речи. 2016. № 2. С. 116–122.
5. Ажеж К. Человек говорящий : Вклад лингвистики в гуманитарные науки. М. : Едиториал УРСС, 2003. 304 с.
6. Дементьев В. В. Теория речевых жанров. М. : Знак, 2010. 600 с.
7. Усачева О. Ю. К вопросу о жанрах интернет-коммуникации // Вестн. МГОУ. Сер. Русская филология. 2009. № 3. С. 55–65.
8. Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества. 2-е изд. М. : Искусство, 1986. 444 с.

9. Алпатов В. М. Проблема речевых жанров в работах М. М. Бахтина // Жанры речи : сб. науч. ст. Вып. 3. Саратов : ГосУНЦ «Колледж», 2002. С. 92–104.

10. Борисова И. Н. Русский разговорный диалог : структура и динамика. М. : КомКнига, 2005. 320 с.

11. Гайда С. Жанры разговорных высказываний // Жанры речи : сб. науч. ст. Саратов : ГосУНЦ «Колледж», 1999. Вып. 2. С. 103–111.

12. Седов К. Ф. Человек в жанровом пространстве повседневной коммуникации // Антология речевых жанров : повседневная коммуникация. М. : Лабиринт, 2007. С. 7–38.

13. Митягина В. А., Сидорова И. Г. Жанры персонального Интернет-дискурса : коммуникативные экспликации личности // Жанры речи. 2016. № 2. С. 105–115.

14. Валгина Н. С. Теория текста. М. : Логос, 2004. 280 с.

15. Соломоник А. Семиотика и лингвистика. М. : Молодая гвардия, 1995. 345 с.

REFERENCES

1. Sidorova I. G. Kommunikativno-pragmatische kharakteristiki zhanrov personal'nogo internet-diskursa [Communicative and pragmatic features of genres of personal Internet discourse]. Thesis Diss. Cand. Sci. (Philol.). Volgograd, 2014. 24 p. (in Russian).
2. Dementiev V. V., Stepanova N. B. Korpusnaya genristika : problema kluchevykh fraz [Corpus genre research : the problem of key phrases]. *Zhanry rechi* [Speech Genres], 2016, no. 1, pp. 24–41 (in Russian).
3. Kolokol'tseva T. N. Dialogichnost' v zhanrakh internet-kommunikatsii [Dialogism in genres of online communication]. *Zhanry rechi* [Speech Genres], 2016, no. 2, pp. 96–104 (in Russian).
4. Panchenko N. N. Zhanrovoye svoebraziye steba v internet-kommunikatsii [Genre features of banter in online communication]. *Zhanry rechi* [Speech Genres], 2016, no. 2, pp. 116–122 (in Russian).
5. Hagege C. *Chelovek govoryashchij : Vklad lingvistiki v gumanitarnye nauki* [L'Homme de paroles. Contribution linguistique aux sciences de l'homme]. Moscow, Editorial URSS Publ., 2003. 304 p. (in Russian).
6. Dementiev V. V. *Teoriya rechvykh zhanrov* [Theory of speech genres]. Moscow, Znakh Publ., 2010. 600 p. (in Russian).
7. Usacheva O. Y. K voprosu o zhanrakh internet-kommunikatsii [On the issue of genres of online communication]. *Vestnik MGOU. Ser. "Russian Philology"*, 2009, no. 3, pp. 55–65 (in Russian).
8. Bakhtin M. M. *Estetika slovesnogo tvorchestva* [Esthetics of verbal creativity], 2nd ed. Moscow, Iskusstvo Publ., 1986. 444 p. (in Russian).
9. Alpatov V. M. Problema rechvykh zhanrov v rabotakh M. M. Bakhtina [The problem of speech genres in M. Bakhtin's works]. *Zhanry rechi : sb. nauch. tr.* [Speech Genres : coll. of sci. art.], iss. 3. Saratov, GosUNTs "Koledzh", 2002, pp. 92–104 (in Russian).
10. Borisova I. N. *Russkij razgovornyj dialog : struktura i dinamika* [Russian spoken dialogue : structure and dynamics]. Moscow, KomKniga Publ., 2005. 320 p. (in Russian).
11. Gaida S. Zhanry razgovornykh vyskazyvanij [Genres of spoken utterances]. *Zhanry rechi : sb. nauch. tr.* [Speech Genres : coll. of sci. works]. Iss. 2. Saratov, GosUNTs "Koledzh", 1999, pp. 92–104 (in Russian).

12. Sedov K. F. Chelovek v zhanrovom prostranstve povsednevnoj kommunikatsii [Human in the space of genres of everyday communication]. In: *Antologiya rechvykh zhanrov: povsednevnyaya kommunikatsiya* [Anthology of speech genres: everyday communication]. Moscow, Labirint Publ., 2007, pp. 7–38 (in Russian).

13. Mityagina V. A., Sidorova I. G. Zhanry personal'nogo internet-diskursa: kommunikativnye eksplikatsii

lichnosti [Genres of personal online discourse: personality communicative explications]. *Zhanry rechi* [Speech Genres], 2016, no. 2, pp. 105–115 (in Russian).

14. Valgina N. S. *Teoriya teksta* [Theory of the text]. Moscow, Logos Publ., 2004. 280 p. (in Russian).

15. Solomonik A. *Semiotika i lingvistika* [Semiotics and linguistics]. Moscow, Molodaya gvardiya Publ., 1995. 345 p. (in Russian).

Статья поступила в редакцию 26.12.2017

БИБЛИОГРАФИЧЕСКОЕ ОПИСАНИЕ СТАТЬИ

Шилихина К. М. Лексические маркеры жанров интернет-коммуникации // *Жанры речи*. 2018. № 3 (19). С. 218–225. DOI: 10.18500/2311-0740-2018-3-19-218-225

For citation

Shilikhina K. M. Lexical Markers of the Online Communication Genres. *Speech Genres*, 2018, no. 3 (19), pp. 218–225. DOI: 10.18500/2311-0740-2018-3-19-218-225

ЖАНРЫ В ФИЛО- И ОНТОГЕНЕЗЕ

УДК 811.161.1'42

ББК 81.2Рус-5

DOI: 10.18500/2311-0740-2018-3-19-226-233

Н. В. Орлова,
М. Х. Исенова
Омск, Россия

Natalia V. Orlova,
Marya Kh. Isenova
Omsk, Russia

ЖАНРОВЫЙ СРЕЗ ИНКУЛЬТУРАЦИИ
МЛАДШЕГО ШКОЛЬНИКАINCULTURATION PRIMARY SCHOOL
CHILDREN GENRE SLICE

В статье рассматриваются жанровые аспекты вхождения в культуру. В модели описания выделяются жанры, маркированные по статусу говорящих и с точки зрения транслируемых ценностей, фатические и выучиваемые жанры, жанры новых медийных форматов. Исследование проведено на материале коммуникаций с участием конкретного младшего школьника. На его примере показаны жанры семейного общения, в совокупности транслирующие один из вариантов социальной нормы; жанры учебно-педагогического и развлекательного медийного дискурсов, которые оппозитивны друг другу по репертуару, ценностям, целям, каналам общения.

Ключевые слова: речевой жанр, дискурсы, младший школьник, инкультурация, стихийная и планируемая инкультурация, ценности.

The article considers the genre aspects of entering into the culture. In the description model, genres are highlighted marked on the status of speaking and from the point of view of broadcast values, phatic and learned genres, the genres of new media formats. The study is conducted on communications with the participation of a particular primary school child. For example, it shows the genres of family communication which display one of options the social norms as a whole; the genres of academic, entertainment and media discourses that are oppositely each other's repertoire, values, goals, channels of communication.

Key words: speech genre, discourse, schoolchild, inculturation, spontaneous and planned enculturation, values.

Сведения об авторах: Орлова Наталья Васильевна, доктор филологических наук, профессор кафедры русского языка, славянского и классического языкознания.

Место работы: Омский государственный университет им. Ф. М. Достоевского.

E-mail: nvorl@rambler.ru

ORCID 0000-0003-1761-4765

Исенова Майра Хаджимуратовна, редактор издательства.

Место работы: Омский государственный педагогический университет.

E-mail: ismajra@yandex.ru

ORCID 0000-0001-8644-569X

About the authors: Orlova Natalia Vasilyevna, Doctor of Philology, Professor of Russian, Slavic and Classical Linguistics Department.

Place of employment: Omsk State University n. a. F. M. Dostoevsky

E-mail: nvorl@rambler.ru

ORCID 0000-0003-1761-4765

Isenova Marya Khadgimuratovna, Publishing Editor.

Place of employment: Omsk State Pedagogical University.

E-mail: ismajra@yandex.ru

ORCID 0000-0001-8644-569X

Введение

Вхождение ребенка в социум и в культуру сопровождается овладением жанрами, принятыми в социуме и поддерживаемыми культурой. Согласимся с тезисами, сформулированными В. В. Дементьевым десять лет назад: жанры речи являются непосредственным объектом лингвокультурологии, для культурологического жанроведения важно учитывать ценностную обусловленность речевых жанров; важно, в каком возрасте, на каком этапе осуществлялось освоение разных жанров

[1 : 12–13]. Проблема онтогенеза жанровой системы решается в целом ряде исследований [2–6], в том числе с социокультурных позиций [7, 8]. Цель настоящей статьи – показать, как современный культурный контекст отражает и одновременно формирует жанровые компетенции младшего школьника и связанные с ними ценностные установки.

Исследование проведено на материале коммуникаций с участием Никиты Т., жителя одного из сёл Омской области. На момент записей Никите 7–8 лет, он ученик 1-го, затем 2-го класса. Формулировка «коммуникации

с участием...» означает, что нас интересовало не только то, что говорит сам Никита, но и то, что он регулярно слушает, смотрит, читает. Кроме повседневных разговоров общим объемом около 22 часов звучания (основная часть – полная запись «одного речевого дня»), объектом анализа стал контент учебника «Литературное чтение», а также те мультфильмы и видеоблоги, которые ребенок называл «любимыми» в ходе неоднократного интервьюирования. Исходим из того, что информация, поступающая к ребенку по разным каналам и в разных дискурсивных условиях, является важнейшим фактором инкультурации. Полный перечень источников приведен в конце статьи.

В предлагаемой модели описания речевых жанров выделяется два уровня. На первом уровне речевые жанры распределены между основными типами коммуникаций, к которым относятся: 1) повседневный персональный дискурс; 2) учебно-педагогический дискурс; 3) детский развлекательный медиадискурс. На втором уровне в границах каждого типа речевые жанры (их репертуар и/или целеустановки и/или ценностная картина мира) описаны с точки зрения процесса вхождения в культуру. На этом этапе модель строилась дедуктивно-индуктивным путем – на основе имеющихся предположений о том, «что искать», и, с другой стороны, на основе первичной обработки эмпирического материала. Изначально внимание привлекли жанры с выраженными аксиологическими характеристиками, жанры с маркированными статусными отношениями, жанры фатического общения, выучиваемые жанры, жанры новых форматов. Основанием для этого послужило следующее: вхождение в культуру протекает как усвоение ценностей; усваиваемые схемы поведения учитывают относительные статусы коммуникантов; в фатике ярче, чем в информатике, проявляется культурная специфика; инкультурация имеет, наряду со стихийной, целенаправленную составляющую; понижается возрастной порог пользователей Интернета. Корректив, внесенный материалом, заключался в том, что не все группы жанров оказались одинаково релевантными в разных дискурсах.

В какой мере полученные результаты поддаются экстраполяции? Очевидно, что исследуемый нами процесс вариативен. Согласно Ю. Е. Прохорову и И. А. Стернину, описание коммуникативных норм и коммуникативных традиций этносоциума целесообразно вести на нежестком ранжирующем метаязыке: «многие»/«некоторые», «обычно»/«редко» и т. д. [9]. Наш материал предполагает более узкую постановку вопроса: какие культурно-значимые

жанры освоены конкретной языковой личностью? Без рискованных обобщений мы можем говорить о зоне **возможного** для младшего школьника конца 2010-х гг., проживающего в сибирском селе.

Жанры повседневного общения vs инкультурация

В повседневном общении ребенка передаётся и воспринимается, главным образом стихийно, социально-речевой опыт старших членов семьи. В этом сегменте проявляется и расширение контактов с социумом: Никита имеет возможность самостоятельно выйти на улицу, поговорить и поиграть с приятелями.

О статусе мальчика в семье сигнализирует группа элементарных (простых) жанров.

Внутрисемейные конвенции таковы, что Никита регулярно использует элементарный жанр «просьба/запрос о разрешении», формальным признаком которого являются модальные слова «можно» и «нельзя». *Н¹: Можно я первый пойду?; Н.: Маша! В кого-нибудь можно сделать? [снежок] – С.: Нельзя в людей. – Н.: А, а в знак можно?; Н.: Мама! Можно сколько съем, столько съем? – М.: Конечно, можно, Никита; Н.: Ну мама! Можно телек? – М.: Поговори с нами лучше; С.: Чо-рио? – Н.: Да. Маша, Маша, а нельзя две? Запрос о разрешении – безусловно, показатель неравенства статусов, который транслирует социальную норму.*

С другой стороны, ребенок имеет право на выражение отказа, несогласия, в прямой форме заявляет о желаниях и нежеланиях, использует императивы (кроме просьб, предложения и требования): *Н.: Маша! Давай я <предложение> в школе потренируюсь на переменах. – С.: Ты на переменах бегаешь! – Н.: На переменах не буду. – С.: Никита, мы немного потренируемся... – Н. Нет <отказ от предложения>; С.: Нет, не учить, Никита, а читать. – Н.: Не хочу. – С.: Да-да. – Н. Не хо-чу <отказ>. – С.: Никиточка, надо-надо! – Н.: Давай потом! Вечером мы уроки делаем. Давай уже, Маш, пожалуйста <предложение>; Н.: О, Маша! Маша! Маша, Маша, Маша! Купи мне вот эту шоколадку <просьба>; Н.: Маша, а давай, мы придем домой, и ты мне на шею повесишь [диктофон]. Там есть нитки <предложение>; Н.: Маша! – С.: А? – Н.: За столом никаких телефонов, ладно? – С.: Хорошо <требование>. Взрослые не всегда реагируют разрешениями, но если отказывают, то, как правило, некатегорично. Обращённые к Никите императивы, которые он может воспринять как образцы ре-*

¹Н. – Никита, С. – взрослая сестра Никиты, М. – мама, П. – папа.

чевого поведения, имеют не только прямую, но и косвенную форму: С: *Все, беги кушай. А потом на конёчки, да, Никита? На каток.*

В целом, характеризуя семейный статус Никиты, можно говорить о смягчении взрослыми объективно существующего статусного неравенства, выстраивании субъект-субъектных отношений с ребенком.

Другим сегментом, в котором усваиваются социальные нормы, является общение со сверстниками. Интересное явление детских коммуникаций – ситуативные статусы их участников. В записи речевого дня зафиксирована ситуация, в которой Никита, будучи единственным владельцем клюшки на катке, широко использует императивные жанры, тем самым демонстрируя высокий статус. Высказывания, включающие инфинитивные конструкции, повелительную форму глагола, глагольную форму 2-го лица будущего времени в значении императива, модусный показатель говорения «Я сказал» опознаются как приказы и распоряжения: Н.: *Триста минут ждать тебе, чтобы взять клюшку. Тридцать минут. Тридцать минут! Я сказал, когда, когда тридцать минут пройдет, тогда можно; Три раза поймаешь шайбу, и всё. Три раза отобьешь шайбу и всё, отдавай Антон; Отберите!; Давай клюшку; Антошка, кто тебе разрешил! Положь клюшку на место!*

Особенностью общения со сверстниками является готовность к спору, пониженная, по сравнению с семейным общением, этикетизация речи и, как следствие, почти полное отсутствие этикетных жанров. В этой части материала зафиксированы только приветствия, в то время как в общении со взрослыми в семье, на улице, в школе, в магазине ребенок использует целый ряд этикетных жанров (кроме приветствия, благодарность, извинение и др.).

Для понимания лингвокультуры значимо, в каком возрасте её носители овладевают определенными фатическими жанрами [1 : 18]. Никита умеет выразить сопереживание (пожалеть, посочувствовать), сделать предложение в интересах адресата (например, предложить поиграть его игрушкой). Фатическое общение представлено в речи Никиты «обычными» и «детскими» шутками. Пример первых – шутка, основанная на соединении несоединимого [10]. Допустив оговорку «устное письмо», Никита затем обыгрывает её: С.: *Татьяна Николаевна минут десять их спрашивает: дети, а какие цели нашего урока? – Н.: Она каждый раз так спрашивает. – С.: Они наученные, они говорят: формировать навыки. – Н.: Устного письма! – С.: Устного письма? – Н.: Устного чтения! <...> Н.: Устного рисования! [смеётся]. – С.: Нику-*

*та, ну какое устное рисование? – Н.: Ха-ха-ха! Устного рисования! «Детская» шутка в сознании Никиты (а, по нашим наблюдениям, и многих его сверстников) – нечто выдуманное, не обязательно смешное. В следующем примере Никита сам определяет сказанное им как шутку: Н.: *О, смотри, смотри на Тимку! Тимка хочет туда пойти. Мама разрешает ему. И он просто заходит. Это шутка вообще-то. – С.: Про что шутка? – Н.: Про кота. С.: Да? Так на самом деле не бывает? – Н.: Угу.**

Специфический жанр детского фатического общения – «разговор перед сном». В типичном случае в этом виде разговора проявляется доверие к близкому человеку, поэтому он может быть квалифицирован как протожанр по отношению к «взрослому» разговору по душам – разговору о главном [11 : 305–339]. В нем выражаются ценностные ориентации личности. В записи одного дня Никиты это довольно продолжительное речевое событие, в ходе которого ребенок рассказывает сон о своем будущем (возможно фантазирует): Н.: *<...> Да. И я ехал на форде. То есть на ниве. Ой, я забыл, на газели! Товары разгружал. Я уже, когда вырос, с кем-то поженился. – С.: А как ее зовут? – Н.: А, во сне я ее не помню. Забыл. Как-то звали. Маша, а я ей телефоны отдал. <...> Полагаем, что разговор перед сном относится к культурной традиции (не жесткой норме), которой следует часть современных семей.*

Выучиваемые жанры как речевая деятельность ребенка, специально организуемая взрослыми, в материале представлены эпизодически. При участии сестры Никита учит стихотворение из школьной программы; в другом эпизоде «к месту» рассказывает стих про маму, который выучил раньше. В домашней библиотеке есть сборник загадок. К загадкам Никита обращается по своей инициативе, знает их множество, вовлекает в разгадывание взрослых членов семьи. От предложений «почитать что-нибудь» Никита уклоняется. В целом большая часть жанров осваивается путем естественного подражания, а не специального обучения.

Особые жанры с маркированными ценностями, за исключением разговора перед сном, в повседневном общении Никиты не выделяются. Ценности извлекаются из совокупного смыслового содержания повседневного дискурса. К ним относятся игра, правильная речь, морально-этические ценности (добро, щедрость, ответственность за поступки), успех, близкие люди. «Я» – ключевой концепт ценностной картины мира в этом сегменте жанров.

Итак, в жанрах повседневного общения Никита усваивает социально одобряемые поведенческие нормы, выстраивает совместно

с собеседниками статусные отношения в семье и со сверстниками. В повседневном общении ребенок спонтанно вырабатывает навыки фатического речевого поведения, в том числе в культурно-специфических жанровых формах (разговор перед сном как разговор по душам).

Жанры учебно-педагогического дискурса vs инкультурация

Репертуар жанров институционального учебно-педагогического дискурса в его «панорамном» измерении описан Ж. В. Миловановой – по стратегическому основанию [12 : 63–64], В. И. Карасиком – через указание на прототипические образцы [13 : 319]. Для проблематики статьи представляют интерес жанры из учебника «Литературное чтение» (в списке источников № 3).

Инкультурация реализуется в учебно-педагогическом дискурсе как целенаправленный процесс. Соответственно её жанровый срез (в том числе на локальном материале) представляют выучиваемые жанры. Выучивание предполагает разные формы: 1) буквальную, когда тексты предлагается запомнить наизусть; 2) неявную, когда жанр внедряется в сознание в результате многократного обращения к текстам-репрезентантам; 3) рефлексивную, подразумевающую экспликацию метажанрового сознания.

Репертуар выучиваемых жанров широк и неоднороден. В него входят тексты художественных, фольклорных, протонаучных жанров. К художественным относятся *стихотворения, рассказы, песенки, литературные сказки, фрагмент пьесы*; к фольклорным – *сказки, пословицы, загадки, скороговорки, былицы*. Сведения о творчестве писателей и поэтов К. И. Чуковского, С. В. Михалкова, А. Л. Барто, С. Я. Маршака, Н. Н. Носова приводятся в текстах с признаками аннотации, литературного портрета, научного (литературоведческого) обзора. В последнем случае термины, называющие жанр, за редкими исключениями, не указываются. Пример аннотации: *Книги Корнея Ивановича Чуковского веселые, умные, а главное – добрые. Фрагмент литературного портрета: Писатель уверен в том, что если нужно помочь другу, то никто и никогда не должен бояться никаких опасностей. Фрагмент обзора: Озорные котятка, боевые воробы, забияки-зайцы – герои стихотворений и сказок Корнея Ивановича Чуковского – очень похожи на ребят.*

В неявной форме происходит обучение как жанрам, представленным в учебнике в виде текстов, так и жанрам учебного диалогического общения. Задания целенаправленно развива-

ют навыки информативного диалога, обмена мнениями, отчасти «interpersonal-relations discourse», по Н. Д. Арутюновой [14]: *обсуди с другом/с друзьями; побеседуйте с участником Великой Отечественной войны...; задайте свои вопросы; вспомните с другом; составьте беседу на тему* и др. Сами задания составлены в жанре учебной беседы.

К рефлексии над жанром побуждают задания, в которых предлагается обозначить черты конкретного жанра, найти признаки нескольких жанров в одном произведении, составить текст определенного жанра: *Чем «Путаница» похожа на былицу?; Как называются такие маленькие стихи: сказки, потешки, пословицы, поговорки, былицы?; Составь сценарий; Придумай стихотворение; Напиши обзор; Можно ли назвать это стихотворение юмористическим?; Прочитай скороговорки, четко и быстро произноси слова; Попробуй по заданным рифмам сам сложить стихотворение; Какие произведения народного фольклора можно поставить в один ряд со стихами К. Чуковского «Радость» и «Былица»?*

В «Литературном чтении» представлены речевые жанры, по определению транслирующие морально-этические ценности. В их числе жанры фольклора, самую многочисленную группу которых составляют пословицы – наиболее явные регуляторы поведения. Их темы – труд, дружба, доброта, уважительное отношение к старшим/близким/другим, внутренняя красота (которая важнее внешней), правильная реакция на шутку: *Порядок – душа всякого дела; Мудрым никто не родился, а научился; Ленивая не дела ищет, а от дела рыщет; У лодыря что ни день, то лень; Дружбу помни, а зло забывай; Не мил и свет, когда друга нет; Верный друг лучше многих слуг; Хороший друг – отрада для души; Доброе дело без награды не остается; Добрый человек добру и учит; Красив тот, кто красиво поступает; Сердце матери лучше солнца греет; Красота сердца дороже красоты лица; Не суди об арбузе по корке, а о человеке по платью; В каждой шутке есть доля правды; За шутку не сердись и в обиду не вдавайся; Остер на язык, да к делу не привык.*

Нравственный заряд неизбежно несут и художественные тексты. Композиция учебника такова, что тексты разных жанров объединяются в нём по принципу выражения одной идеи, формирования одного культурно значимого концепта (как правило, нравственной ценности). Для закрепления ценности труда после стихотворения «Кот и лодыри» приводится ряд пословиц о труде и лени: *Лентяй не дела ищет, а от дела рыщет; У лодыря что ни день, то лень.* В задании предла-

гается подумать о собственном отношении к труду, обсудить это с другом. Регуляторами, помогающими «выстроить» концепт-ценность, нередко являются императивы «соотнеси», «сопоставь» (пословицы, высказывания, стихотворения и т. д.). Подобным образом, через обращение к разным жанрам, транслируются другие концепты-ценности – добро, дружба, смелость, природа, радость и веселье, хорошая речь, интеллект, детство.

Резюмируя эту часть наблюдений, подчеркнем, что учебник предлагает Никите значительный объем выучиваемых жанров, в том числе протонаучных; делает акцент на обучении диалогическим жанрам; воспитывает нравственные качества через обращение к жанрам традиционного русского фольклора и художественной литературы.

Жанры детского развлекательного медиадискурса vs инкультурация

Актуальные для Никиты жанры массмедийного пространства – мультфильмы, мультсериалы, видеоблоги. К условиям их функционирования относится желание ребёнка смотреть и слушать, техническая возможность самостоятельно организовать просмотр и в отсутствие взрослых смотреть столько, сколько захочется; ограничения со стороны взрослых. В анализе этого материала важно рассмотреть ценностную составляющую контента, а также влияние канала восприятия новых медийных жанров на социальные привычки и поведенческие нормы Никиты как представителя детского социума.

Наиболее притягательны для ребенка, по его признанию, видеоблоги (в списке источников № 5, 6). Один из них, а именно «Мистер Макс» совмещает жанровые признаки рекламы и интернет-блога, являясь образцом так называемой «нативной» (естественной) рекламы. Блог наполняют контентом родители 6-летнего мальчика Максима из Одессы. В видеороликах повествуется о событиях в его жизни: переезде, полёте, покупке новой игрушки, – но делается это с целью прорекламировать авиакомпанию, игрушку и т. д. Никита как адресат убедительно доказывает эффективность рекламы: *[после просмотра видеоролика «Мистер Макс»] Н.: Купи! Он магнитный; Маша, купи! Он классный. Можно машинку собрать. О, купи вот такой большой набор. Я хочу такой. Я хочу машинку сделать, а у меня такого нет. – С.: Это дорогой какой-то набор. – Н.: Маша! Мама! Ну, мам, пожалуйста! Купите мне такой конструктор*

большой? Мама согласилась. Купишь? – П.: Не знаю, не обещаю. – Н.: Мама, купишь этот магнитный конструктор? – М.: Никиточка, ты же уже большой, зачем тебе такая игрушка? – Н.: Ну, мам. Так в сознание Никиты внедряются ценности консьюмеристского дискурса.

Проанализированные медиапродукты не совпадают по параметру ценностей, притом что одной из них во всех случаях является игра. В 3 текстах из 4 транслируется ценность семьи. Статусно-ролевые отношения в семьях персонажей характеризуются традиционной иерархичностью: дети уважают родителей, родители заботятся о детях, прививают им нормы поведения. В мультфильме «Барбоскины» отчетливо представлена модель полной семьи с большим количеством детей, что отвечает современной демографической политике России². В двух медиапродуктах («LBX – Битвы маленьких гигантов», блог Ярика Лапы) персонажи реализуют установку «быть лучшим, быть победителем»: *Стань лучшим и никогда не проигрывай* – наставляет мать героя мультфильма «LBX – Битвы маленьких гигантов». В компьютерной игре «Майнкрафт» игрок должен «выживать», вступая в бой с другими обитателями мира, который он строит. В случае поражения игрок выбывает из игры, что определяет ценность победы. Наконец, в мультфильме «LBX – Битвы маленьких гигантов» стержнем сюжета – концептом-идеей становится спасение человечества. В отличие от старых отечественных мультфильмов, где добро и зло чётко разграничены, а конкретных отрицательных персонажей либо перевоспитывают, либо стараются перехитрить, здесь зло абстрактно (зрителю сложно понять, кто угрожает человечеству) и устраняется физически.

Быть лучшим и в одиночку отвечать за спасение человечества – ценности западных индивидуалистских культур. Как известно, преобладание индивидуалистских ценностей, к которым относится личный успех, характерно для развитых западных стран; для русской картины мира характерно преобладание коллективизма (согласно социологическим исследованиям Г. Хофстеде [15]). Поэтому полученную картину отчасти можно рассматривать как импортирование ценностей. Особняком стоит мультфильм «Барбоскины», где поддерживаются коллективные ценности в ущерб индивидуалистским, герои носят русские имена.

Мультфильмы и видео широко используют разговорные жанры, которые в данном случае приобретают свойства вторичности, при этом

²См. Указ Президента Российской Федерации от 09.10.2007 г. № 1351 «Об утверждении Концепции демографической политики Российской Федерации на период до 2025 года».

качество речи не высокое (блогеры допускают речевые ошибки, герои мультфильмов говорят на взрослом языке).

Роль канала восприятия новых медийных жанров заключается в том, что главная ценность детского мира – игра – перемещается в виртуальное пространство. Наиболее яркий пример – жанр летсплей (от англ. *let's play* – давай поиграем). Никита с удовольствием смотрит видеоблог Ярика Лапы, посвященный компьютерной игре «Майнкрафт». Ребенок наблюдает за игрой блогера, слушает его комментарии, предложения подписаться на канал, поставить лайк и/или написать ответный комментарий (последнее Никита не делает): *Появился я вот в этом небольшом домике, здесь и начинается выживание; Так, чуть не упал. О, смотрите, две стрелы, это очень хорошо. Ну что, давайте попробуем что-то или что?; И ребят, не забывайте, пишите свои ачивочки; Спасибо всем за просмотр, до новых встреч!* Другие тексты электронного формата также предлагают смотреть за игрой. В «Мистере Максе» играет мальчик-видеогерой. В мультфильме «LBX – Битвы маленьких гигантов» персонажи взаимодействуют друг с другом через своих роботов, зритель наблюдает за игрой роботов глазами персонажей (зритель – наблюдатель за наблюдателем). Потребляя эти медиапродукты, ребенок проживает чужую жизнь (посмотрел – то же, что поиграл). Никита при этом переживает сопричастность к происходящему на экране. По признанию ребенка ему снятся сны, в которых он является героем игры «Майнкрафт».

Выводы

Никита социализируется в условиях действия на него многочисленных и противоречивых факторов.

Семья ориентирует на традиции национально-лингво-культурного сообщества (разговор по душам, разгадывание загадок). Родители смягчают объективное статусное неравенство, что соответствует одной из моделей современной семьи. Сельская среда не лишает ребенка возможности командных игр и непринужденных (без взрослых) разговоров в компании. Школа планомерно развивает жанры «верхнего уровня текстовой деятельности» (термин К. Ф. Седова), приучает к ведению диалогов разных видов. Медиаиндустрия, эксплуатируя жанр нативной рекламы, вовлекает младшего школьника в систему потребительских отношений.

Никита, как и его сверстники, оказывается вовлеченным в конкуренцию двух институциональных дискурсов и их жанров. В соперничество учебно-педагогического и детского

медийного дискурсов включаются собственно жанры по их типологической принадлежности (литературные, фольклорные/вторичные разговорные) и их составляющие, а именно:

- психологическая установка Никиты как адресата жанра (надо/хочу; старшие члены семьи первую поддерживают, вторую ограничивают);
- формат общения (книжный, требующий усилий для восприятия/аудиовизуальный, предполагающий минимум усилий);
- ответные действия Никиты как адресата (обязательный реальный диалог с учительницей и одноклассниками/факультативные вербальные или невербальные речевые действия – эмоциональные рефлексивы, лайки, подписка на канал);
- ценности (традиционные национальные, например быть добрым/современные западные, например быть победителем). В своей повседневной речи Никита отражает ценности жанров обоих институциональных дискурсов. Не беремся утверждать, какие механизмы привели к такому результату – фиксируем его.

Прогнозируя более общие выводы, можем сказать: результат инкультурации любого младшего школьника – одна из точек на шкале с мировоззренческими полюсами.

Работа выполнена при финансовой поддержке РФНФ (проект № 15-04-00325 «Детство в дискурсивном пространстве региона: комплексный анализ институциональных и персональных коммуникаций с участием ребенка»).

This work was financially supported by the Russian Humanitarian Scientific Foundation, according to the Order number 15-04-00325 «Childhood in the discursive space of the region: a comprehensive analysis of institutional and personal communications involving the child»

ИСТОЧНИКИ

1. Разговоры в домашней обстановке (записи сделаны в 2016 г., общая продолжительность – 7 ч 25 мин, информанту 7 лет).
2. Один речевой день (запись от 17 марта 2017 года, продолжительность 14 ч 25 мин, информанту на момент записи 8 лет).
3. Литературное чтение. 2 класс: учебник для общеобразовательных учреждений: в 2 ч. / Л. Ф. Климанова, В. Г. Горецкий, М. В. Голованова, Л. А. Виноградская, М. В. Бойкина. 2-е изд. М.: Просвещение, 2012. Ч. 2. 224 с.
4. Мультфильм «LBX – Битвы маленьких гигантов», серии «Неожиданное знакомство» и «Украденный “Ахиллес”»; мультфильм «Барбоскины», серии «Главное – терпение», «Большие выходные».
5. Канал «Мистер Макс» (сайт YouTube), видеоролики «Трактор экскаватор и погрузчик педальный Убираем

листья во дворе. Копаем туалет для Мурки», «Летим домой в Одессу из ОАЭ получаем загадочные подарки Gifts from Fly Dubai unboxing».

6. Канал блогера Ярика Лапы (сайт YouTube), видеоролик «Чудо-мир. Кубичное выживание. Часть 1», посвященный компьютерной игре «Майнкрафт».

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Дементьев В. В. Аспекты проблемы «жанр и культура» // *Жанры речи*: сб. науч. ст. Саратов: ИЦ «Наука», 2007. Вып. 5. Жанр и культура. С. 5–20.
2. Седов К. Ф. Дискурс и личность: эволюция коммуникативной компетенции. М.: Лабиринт, 2004. 320 с.
3. Седов К. Ф. Онтопсихоллингвистика: становление коммуникативной компетенции человека. М.: Лабиринт, 2008. 320 с.
4. Коцеева О. В. Становление речевых компетенций в онтогенезе (на материале речевых жанров «рассказ», «бытовой разговор», «ссора») // *Филологические этюды*: сб. науч. ст. молодых ученых: в 3 ч. Саратов, 2011. Вып. 14, ч. III. С. 102–110.
5. Боть Л. П. Прагматические особенности речи детей младшего школьного возраста // *Проблемы онтолингвистики – 2009: материалы Междунар. конф. (Санкт-Петербург, 17–19 мая 2009 г.)*. СПб., 2009. С. 160–162.
6. Михайлова Е. С. Жанровая специфика речи детей младшего школьного возраста // *Universum: филология и искусствоведение*. 2014. № 6 (8). URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/zhanrovaya-spetsifika-rechi-detey-mladshego-shkolnogo-vozrasta> (дата обращения: 14.05.2017).
7. Доброва Г. Р. Возрастная социоллингвистика: к постановке вопроса // *Проблемы онтолингвистики – 2007: материалы Междунар. конф. 210-летию РГПУ им. А. И. Герцена посвящается*. (Санкт-Петербург, 21–22 мая 2007 г.). СПб.: Златоуст, 2007. С. 57–64.
8. Костогладова Л. П. Национально-культурная специфика вербализованных детских эмоций (на материале русской и немецкой языковых культур): автореф. дис. ... канд. филол. наук. Белгород, 2008. 26 с.
9. Прохоров Ю. Е., Стернин И. А. Русские: коммуникативное поведение. Изд. 2-е, испр. и доп. М.: Флинта: Наука, 2006. 238 с.
10. Орлова Н. В., Богомолова О. Е. Что смешного? Сопоставительный взгляд на юмористические интенции учебника и ученика // *Вестн. Кемеров. гос. ун-та*. 2016. № 3. С. 63–68.
11. Дементьев В. В. Теория речевых жанров. М.: Знак, 2010. 600 с.
12. Милованова Ж. В. Жанрово-речевые особенности педагогического дискурса // *Языковая личность: жанровая речевая деятельность: тез. докл. науч. конф. (Волгоград, 6–8 октября 1998 г.)*. Волгоград: Перемена, 1998. С. 63–64.
13. Карасик В. И. Язык социального статуса. М.: Гнозис, 2002. 333 с.
14. Арутюнова Н. Д. Жанры общения // *Человеческий фактор в языке. Коммуникация, модальность, дейксис*. М.: Наука, 1992. С. 52–56.
15. Хофстеде Г. Модель Хофстеде в контексте: параметры количественной характеристики культур // *Language, Communication and Social Environment*. URL: <http://lse2010.narod.ru/olderfiles/LSE2014pdf/LSE2014Hofstede.pdf> (дата обращения: 30.05.2017).

REFERENCES

1. Dement'ev V. V. Aspekty problemy "zhanr i kul'tura" [Aspects of the problem "Genre and Culture"]. *Zhanry rechi: sb. nauch. st. Vyp. 5. Zhanr i kul'tura* [Speech Genres: sb. sci. art. Iss. 5. Genre and Culture]. Saratov: ITS "Nauka", 2007, pp. 5–20 (in Russian).
2. Sedov K. F. *Diskurs i lichnost': evolyuciya kommunikativnoj kompetencii* [Discourse and personality: the evolution of communicative competence]. Moscow, Labirint Publ., 2004. 320 p. (in Russian).
3. Sedov K. F. *Ontopsiholingvistika: stanovlenie kommunikativnoj kompetencii cheloveka* [Ontopsycholinguistics: the formation of a person's communicative competence.]. Moscow, Labirint Publ., 2008. 320 p. (in Russian).
4. Koshcheeva O. V. Stanovlenie rechezhanrovoy kompetencii v ontogeneze (na materiale rechevyh zhanrov "rasskaz", "bytovoj razgovor", "ssora") [Formation of speech competence in ontogenesis (on the material of speech genres "story", "everyday conversation", "quarrel")]. *Filologicheskie ehtyudy: sb. nauch. st. molodyh uchenyh: v 3 ch.* [Philological studies: coll. sci. art. young scientists: in 3 vols], 2011, iss. 14, pt. III, pp. 102–110 (in Russian).
5. Bot' L. P. Pragmaticheskie osobennosti rechi detej mladshego shkol'nogo vozrasta [Pragmatic features of children speech of primary school age]. In: *Problemy ontolingvistiki – 2009: materialy Mezhdunar. konf.* [Problems of ontolinguistics – 2009: materials of Intern. Conf.] (St. Petersburg, May 17–19, 2009). St. Petersburg, 2009, pp. 160–162 (in Russian).
6. Mihajlova E. S. Zhanrovaya specifika rechi detej mladshego shkol'nogo vozrasta (Genre specificity of speech of children of primary school age). *Universum: filologiya i iskusstvovedenie* (Universum: philology and art criticism), 2014, no. 6 (8). Available at: <http://cyberleninka.ru/article/n/zhanrovaya-spetsifika-rechi-detey-mladshego-shkolnogo-vozrasta> (Accessed 14 May 2017) (in Russian).
7. Dobrova G. R. *Vozrastnaya sociolingvistika: k postanovke voprosa* [Age sociolinguistics: to the formulation of the problem]. In: *Problemy ontolingvistiki – 2007: materialy mezhdunar. konf. 210-letiyu RGPU im. A. I. Gercena posvyashchaetsya* [Problems of ontolinguistics – 2007: materials of intern. conf. The 210th anniversary of the Herzen State Pedagogical University]. (St. Petersburg, May 21–22, 2007). St. Petersburg, Zlatoust Publ., 2007. pp. 57–64 (in Russian).
8. Kostogladova L. P. *Nacional'no-kul'turnaya specifika verbalizovannyh detskih ehmcij (na materiale russkoj i nemekkojazykovyh kul'tur)* [National and cultural specificity of verbalized children's emotions (on the basis of Russian and German language cultures)]. Thesis Diss. Cand. Sci. (Philol.). Belgorod, 2008. 26 p. (in Russian).
9. Prohorov Yu. E., Sternin I. A. *Russkie: kommunikativnoe povedenie*. Izd. 2-e, ispr. i dop. [Russian: communicative behavior. Ed. 2nd, cor. and addit.]. Moscow, Flinta, Nauka Publ., 2006. 238 p. (in Russian).
10. Orlova N. V., Bogomolova O. E. Chto smeshnogo? Sopostavitel'nyj vzglyad na yumoristicheskie intencii uchebnika i uchenika [What's so funny? A comparative view of the humorous intentions of the textbook and the student]. *Vestn. Kemerov. gos. un-ta* [Vestn. Kemerov State University], 2016, no. 3, pp. 63–68 (in Russian).
11. Dement'ev V. V. *Teoriya rechevyh zhanrov* [Theory of speech genres.]. Moscow, Znak Publ., 2010. 600 p. (in Russian).

12. Milovanova Zh. V. Zhanrovo-rechevye osobennosti pedagogicheskogo diskursa [Genre-speech features of pedagogical discourse]. In: *Yazykovaya lichnost': zhanrovaya rechevaya deyatel'nost': tez. dokl. nauch. konf.* [Language personality: genre speech activity: abstracts of sci. conf.] (Volgograd, October 6–8, 1998). Volgograd, Peremena Publ., 1998, pp. 63–64 (in Russian).

13. Karasik V. I. *Yazyk social'nogo statusa* [The language of social status]. Moscow, Gnozis Publ., 2002. 333 p. (in Russian).

14. Arutyunova N. D. Zhanry obshcheniya [Genres of communication]. In: *Chelovecheskij faktor v yazyke.*

Kommunikaciya, modal'nost', dejksis [The human factor in language. Communication, modality, deixis]. Moscow, Nauka Publ., 1992, pp. 52–56 (in Russian).

15. Hofstede G. Model' Hofstede v kontekste: parametry kolichestvennoj harakteristiki kul'tur (Model Hofstede in the context: the parameters of quantitative characteristics of crops). *Language, Communication and Social Environment*. Available at: <http://lse2010.narod.ru/olderfiles/LSE2014pdf/LSE2014Hofstede.pdf> (Accessed 30 May 2017).

Статья поступила в редакцию 23.12.2017

БИБЛИОГРАФИЧЕСКОЕ ОПИСАНИЕ СТАТЬИ

Орлова Н. В., Исенова М. Х. Жанровый срез инкультурации младшего школьника // *Жанры речи*. 2018. № 3 (19). С. 226–233. DOI: 10.18500/2311-0740-2018-3-19-226-233

For citation

Orlova N. V., Isenova M. Kh. Inculturation Primary School Children Genre Slice. *Speech Genres*, 2018, no. 3 (19), pp. 226–233. DOI: 10.18500/2311-0740-2018-3-19-226-233

РЕЦЕНЗИИ. ОБЗОРЫ. ХРОНИКА

УДК 811.134.2

ББК 81.2Исп

DOI: 10.18500/2311-0740-2018-3-19-234-237

Е. В. Крюкова
Москва, Россия

Elena V. Kryukova
Moscow, Russia

**РАЗВИТИЕ ОСНОВНЫХ
ЛИНГВИСТИЧЕСКИХ И РЕЧЕЖАНРОВЫХ
КОМПЕТЕНЦИЙ ЯЗЫКА ПРОФЕССИИ
В СФЕРЕ ПОЛИТОЛОГИИ, МИРОВОЙ
ПОЛИТИКИ И МЕЖДУНАРОДНЫХ
ОТНОШЕНИЙ**

**THE DEVELOPMENT OF BASIC LINGUISTIC
SPEECH AND GENRE COMPETENCIES
OF THE LANGUAGE OF THE PROFESSION
IN THE FIELD OF POLITICAL SCIENCE,
WORLD POLITICS AND INTERNATIONAL
RELATIONS**

Статья посвящена вопросу развития и формирования основных компетенций, интеллектуальных умений и профессиональных навыков у будущих международных, дипломатов и политологов и представляет учебник по языку профессии «Основы политологии по-испански. Учебный курс по языку профессии для политологов и международных» (ABC de las Ciencias Políticas en español). Уровни B2-C1. Авторы доцент Е. В. Астахова и доцент Е. В. Крюкова.

The article is devoted to the question of formation and development of core competencies, intellectual abilities and professional skills of future international relations experts, diplomats and political analysts. The article presents the manual on the language of the profession “The principles of political science in Spanish. Training course on the language of the profession for political scientists and international relations experts” (ABC de las Ciencias Políticas en español). Levels B2-C1. Moscow state Institute of International Relations (University) of Russian Ministry of Foreign Affairs.

Ключевые слова: испанский язык, лингвистические и речежанровые компетенции, язык профессии, международные отношения, политология, мировая политика.

Key words: Spanish language, linguistic speech and genre competencies, language of the profession, international relations, political science, world politics.

Сведения об авторе: Крюкова Елена Владимировна, кандидат политических наук, доцент кафедры испанского языка.

Место работы: Московский государственный институт международных отношений (Университет).

E-mail: lenakryukova@yandex.ru
ORCID 0000-0002-0174-1252

About the author: Kryukova Elena Vladimirovna, Ph.D. (Pol. Sci.), Associate Professor of the Department of Spanish Language.

Place of employment: Moscow State Institute of International Relations (University).

E-mail: lenakryukova@yandex.ru
ORCID 0000-0002-0174-1252

Основной практической целью обучения испанскому языку в МГИМО в качестве иностранного является формирование и развитие лингвистических и речежанровых компетенций для использования испанского языка в профессиональной деятельности на международной арене, в познавательной деятельности и для межличностного общения.

Формирование коммуникативной, лингвистической и речежанровой компетенций происходит в тесной взаимосвязи с общекультурными, общепрофессиональными, профессиональными и переводческими компетенциями и способствует развитию научной речи, профессиональной подготовке будущих дипломатов и политологов.

Достижение данной цели означает, что выпускник университета обладает умением и готовностью: выполнять устную и письменную переводческую работу в рамках своей компетенции; выполнять обязанности референта и переводчика материалов с испанского языка на русский и с русского языка на испанский; вести на испанском языке беседу, участвовать в дискуссии, выступать публично по темам в рамках общественно-политической, профессиональной и социально-культурной сфер общения; правильно пользоваться речевым этикетом; воспринимать и обрабатывать в соответствии с поставленной целью различную информацию на испанском языке, полученную из печатных, аудиовизуальных, аудитивных источников в рамках общественно-

политической, профессиональной и социокультурной сфер общения; выполнять устный перевод с листа с испанского языка на русский и с русского языка на испанский общественно-политических текстов; аннотировать и реферировать общественно-политические печатные и аудиоматериалы. В соответствии с этими целями и задачами обучения в вузе используются учебные материалы, разработанные сотрудниками кафедры. Лексико-грамматический аспект, нацеленный на расширение и углубление компетенций в учебно-профессиональной и социокультурной сферах с привлечением ограниченного минимума ситуаций общественно-политической сферы общения, представлен учебниками М. В. Ларионовой, Н. И. Царевой и А. А. Гонсалес-Фернандес «Испанский язык с элементами делового общения для начинающих» [1] и Р. А. Гонсалес, Р. Р. Алимовой «Испанский язык. Шаг за шагом» [2]. Для формирования и развития коммуникативных и профессиональных компетенций, необходимых для эффективной переводческой работы, на факультетах МГИМО успешно используется «Практический курс перевода. Международные отношения» В. А. Иовенко [3]. «Язык профессии» студенты факультета международных отношений успешно осваивают по учебнику Е. В. Астаховой «Испанский язык для дипломатов» [4].

Существует множество теоретических и научно-практических работ, исследующих речевые жанры (М. М. Бахтин, Н. Д. Арутюнова В. В. Дементьев, В. Е. Гольдин и др. [5–8]), которые затрагивают проблемы формирования жанровой компетенции студентов и магистрантов российских вузов в научной сфере общения. Опираясь на теории, принципы и методы, сложившиеся в современной методической теории и практике, мы можем с успехом достичь главную цель – развитие научной речи студентов и магистрантов, формирование у них жанровой компетенции в научной сфере общения как части их профессиональной компетенции.

Политология как учебная дисциплина получает все большее признание. Развитие мировых политических процессов глобализации, интеграции, информационных технологий, расширение международного сотрудничества на разных уровнях, решение конфликтов, вопросы войны и мира, ведение переговоров требуют широких теоретических и практических, и, безусловно, языковых знаний. Обеспечить задачи политического дискурса, который становится все более востребованным в последнее время, позволит только профессиональное коммуникационное взаимодействие.

Очевидна необходимость более глубокого изучения специальной терминологии, связан-

ной с политической наукой и общественными явлениями.

Страны испанского языка образуют внушительную группу государств, играющих собственную, особую роль на международной арене. Они активно участвуют во всех политических событиях и социальных процессах, стараются проявлять самостоятельность в принятии решений, отстаивать национальные традиции и интересы, формировать собственные интеграционные политические и экономические механизмы. Можно сказать, что эти страны рассматриваются в настоящее время в качестве отдельного актора в международных отношениях, и испанский язык, несмотря на все различия каждого из национальных сообществ, выступает в качестве объединяющей основы их взаимодействия.

Учебник, подготовленный на кафедре испанского языка МГИМО, «Основы политологии по-испански. Учебный курс по языку профессии для политологов и международных работников» (*El ABC de las Ciencias Políticas en español*) (уровни B2-C1). Е. В. Астаховой, Е. В. Крюковой ставит целью представить развернутый глоссарий наиболее востребованных определений политических понятий с целью их изучения студентами-политологами и международниками, связывающими свою профессиональную деятельность с испанским языком. Базовые тексты пособия представляют интерес не только для студентов, но и для аспирантов и преподавателей, поскольку содержат информацию о категориях политики.

Для расширения объема знаний и развития дискуссии в разделах учебника приводятся имена и краткие биографические сведения о выдающихся политиках и ученых-политологах, причем эти сведения привязаны к содержанию «словарной статьи» (например, статья – *Цивилизация*, имена – *Тойнби*, *Хантингтон*.)

Цитаты и афоризмы классических и современных политических деятелей и философов позволяют не только яснее осмыслить былые традиции и мировоззрение, но и раскрыть положения предложенного материала, расширить общую эрудицию, сформировать свою собственную жизненную позицию. Студентам предлагается прокомментировать любую из представленных цитат или составить эссе, анализируя, аргументируя, добавляя эмоциональные оценки и оттенки.

Все тексты и фразы учебника аутентичны и адаптированы только по объему.

Учебный курс отвечает уровням B2-C1 европейского образовательного пространства и рассчитан для занятий по языку профессии прежде всего студентов и магистрантов факультета политологии, изучающих испанский

язык. Материалы учебного курса изучаются параллельно с курсом перевода. Книга используется также в группах испанского языка на факультетах международных отношений, международной журналистики, поскольку содержит необходимую политическую лексику.

В учебнике 20 словарных статей – разделов, представленных в алфавитном порядке (Анархизм, Консерватизм, Демократия, Диктатура, Идеология, Либерализм, Политическая власть ...). Разделы не одинаковы по объему, и это сделано авторами намеренно, поскольку одни политические категории в силу значимости и частотности использования требуют большего освещения и практического закрепления в упражнениях.

Каждая глава пособия включает словарную статью, упражнения для развития и совершенствования профессиональных компетенций и закрепления полученных знаний, приложения.

Упражнения направлены на расширение и активное освоение лексических единиц, в частности на их сочетаемость, употребление синонимов, антонимов, фразеологизмов, составление эссе и комментариев по представленной теме. В базовых текстах и биографических комментариях выделены обязательные для усвоения и повторения словосочетания; эта лексика отобрана с учетом уровня знаний студентов (B2-C1) и содержит как политические понятия, так и общеупотребимые слова. Например, рассматриваются употребление таких терминов, как «консервативный», «демократический», «либеральный»; разница концептов «нация» и «национальность», уделяется особое внимание используемым в современной политической лексике таким фразеологизмам, как «политика сдержек и противовесов», «эффект бабочки», «государство ночной сторож» и др.

Одной из главных задач упражнений является, по мысли авторов, создание ситуаций общения, что позволяет совершенствовать навыки и умения излагать свои мысли, вести дискуссию, отстаивать свое мнение. Авторами предлагается поразмыслить над тем, что есть харизма, патриотизм, лидерство, коррупция, политическая корректность и т. д.

В конце учебного курса представлены упражнения на проверку полученных знаний, в которых учащимся предлагается ответить на вопросы, раскрыть значения аббревиатур, прокомментировать известные высказывания о политике, написать эссе, найти испанские эквиваленты русскоязычных политологических терминов и понятий и т. п.

В упражнениях на проверку студентам предлагаются разбитые на отдельные абзацы тексты, которые студент должен выстроить

в логическом порядке, то же самое предлагается проделать с текстами, выстроенными в форме интервью. Задачей этого вида упражнения служит проверка понимания текста.

Отдельное приложение посвящено иностранным словам, получившим широкое употребление в испаноязычной (как, впрочем, и в русской) политологии, прежде всего латинизмам и англицизмам.

Также представлены в приложении названия и аббревиатуры международных и региональных организаций, участников мировых политических процессов и институтов, а также список «основных вызовов современности». Поскольку эти понятия, как показывает лексикографическая практика, чрезвычайно частотны в употреблении, хотя, разумеется, меняется порядок их первоочередности в зависимости от конкретной мировой ситуации.

В приложении приводится список вводных слов, необходимых для построения на испанском языке презентаций, аннотаций и рефератов, а также написания эссе.

Главной целью учебного курса является совершенствование у студентов и магистрантов компетенций, интеллектуальных умений и профессиональных навыков, необходимых для адекватной коммуникации в профессиональной среде – политология и мировая политика. Данный учебник был представлен на кафедре факультета политологии Университета Complutense в Мадриде и успешно используется в университетах Москвы.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Ларионова М. В., Царёва Н. И., Гонсалес-Фернандес А. А. Испанский язык с элементами делового общения для начинающих: учебник для бакалавров: уровни A1–A2. 4-е изд. М.: Юрайт, 2017. 734 с.
2. Гонсалес Р. А., Алимова Р. Р. Испанский язык. Полный курс. Шаг за шагом + аудиоприложение Lecta. М.: АСТ, 2017. 512 с.
3. Иовенко В. А. Практический курс перевода. Испанский язык. Международные отношения. 5-е изд. М.: Р. Валент, 2017. 352 с.
4. Астахова Е. В. Испанский язык для дипломатов = Español para diplomáticos: учебник: уровни B2–C1. М.: МГИМО-Университет, 2017. 325 с.
5. Бахтин М. М. Проблема речевых жанров // Бахтин М. М. Собр. соч.: в 7 т. Т. 5. Работы 1940–1960 гг. М.: Русские словари, 1996. С. 159–206.
6. Арутюнова Н. Д. Жанры общения // Человеческий фактор в языке. Коммуникация, модальность, дейксис. М.: Наука, 1992. С. 52–56.
7. Дементьев В. В. Теория речевых жанров. М.: Знак, 2010. 600 с.
8. Гольдин В. В. Речь и этикет. М.: Просвещение, 1983. 109 с.

REFERENCES

1. Larionova M. V., Tsarova N. I. Gonsales-Fernandes A. *Ispanskiy yazyk s elementami delovogo obshcheniya dlya nachinayushchikh. Uchebnik dlya bakalavrov. Urovni A1 – A2. 4-ye izd.* [Spanish language with elements of business communication for beginners. Textbook for bachelors. Levels A1–A2. 4th ed.]. Moscow, Yurayt Publ., 2017. 734 p. (in Russian).
2. Gonsales R. A., Alimova R. R. *Ispanskiy yazyk. Polnyy kurs Shag za shagom + audioprilozheniye Lecta* [Spanish language. Full course Step by step + audio application Lecta]. Moscow, AST Publ., 2017. 512 p. (in Russian).
3. Iovenko V. A. *Prakticheskiy kurs perevoda. Ispanskiy yazyk. Mezhdunarodnyye otnosheniya. 5-ye izd.* [Practical course of translation. Spanish. International relationships. 5th ed.]. Moscow, R. Valent Publ., 2017. 352 p. (in Russian).
4. Astakhova Ye. V. *Ispanskiy yazyk dlya diplomatov=Esp nol para diplomáticos : uchebnik : urovni B2–C1* [Spanish for diplomats = Español para diplomáticos : textbook : levels B2–C1]. Moscow, MGIMO-University, 2017. 325 p. (in Russian).
5. Bahtin M. M. Problema rechevyh zhanrov [Problem of speech genres]. In: *Bahtin M. M. Sobranie sochinenij : v 7 t. T. 5. Raboty 1940–1960 godov* [Collected works : in 7 vols. Vol. 5. Works of 1940–1960]. Moscow, Russkie slovari Publ., 1996, pp. 159–206 (in Russian).
6. Arutyunova N. D. Zhanry obshcheniya [Genres of communication]. In: *Chelovecheskiy faktor v yazyke. Kommunikatsiya, modal'nost', deysis* [The human factor in language. Communication, modality, deixis]. Moscow, Nauka Publ., 1992, pp. 52–56 (in Russian).
7. Demytyev V. V. *Teoriya rechevyh zhanrov* [The theory of speech genres]. Moscow, Znak Publ., 2010. 600 p. (in Russian).
8. Goldin V. V. *Rech' i etiket* [Speech and etiquette]. Moscow, Prosveshchenie Publ., 1983. 109 p. (in Russian).

Статья поступила в редакцию 06.12.2017

БИБЛИОГРАФИЧЕСКОЕ ОПИСАНИЕ СТАТЬИ

Крюкова Е. В. Развитие основных лингвистических и речевых компетенций языка профессии в сфере политологии, мировой политики и международных отношений // *Жанры речи*. 2018. № 3 (19). С. 234–237. DOI: 10.18500/2311-0740-2018-3-19-234-237

For citation

Kryukova E. V. The development of basic linguistic speech and genre competencies of the language of the profession in the field of political science, world politics and international relations. *Speech Genres*, 2018, no. 3 (19), pp. 234–237. DOI: 10.18500/2311-0740-2018-3-19-234-237

УДК 811.161.1'38

ББК 81

DOI: 10.18500/2311-0740-2018-3-19-238-240

**О МЕЖДУНАРОДНОЙ НАУЧНОЙ
КОНФЕРЕНЦИИ «ЖАНРЫ РЕЧИ
И “ЖАНРЫ РЕЧИ”» (ОТКЛИКИ
УЧАСТНИКОВ И ГОСТЕЙ КОНФЕРЕНЦИИ)**

Обзор международной научной конференции «Жанры речи и “Жанры речи”», посвященной 100-летию гуманитарного образования в Саратовском университете и 20-летию международного научного журнала/сборника «Жанры речи» (Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н. Г. Чернышевского, 27–29 ноября 2017 г.). В конференции приняли участие исследователи из Саратова, Великого Новгорода, Волгограда, Воронежа, Ганновера (Германия), Екатеринбургa, Казани, Красноярска, Минска (Беларусь), Москвы, Новосибирска, Омска, Пензы, Перми, Самары, Санкт-Петербурга, Симферополя, Томска, Хайфы (Израиль), Челябинска, Ярославля. Было 82 участника, из них иногородних – 34, докторов наук – 48. Работали секции: общие проблемы теории речевых жанров; исследования отдельных жанров; жанры в художественном творчестве; жанры СМИ и интернет-жанры.

Ключевые слова: речевые жанры; общие проблемы теории речевых жанров; художественные жанры; жанры СМИ, интернет-жанры.

В прошлом номере были опубликованы впечатления о международной научной конференции «Жанры речи и “Жанры речи”» (Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н. Г. Чернышевского, 27–29 ноября 2017 г.) В. В. Дементьева, главного редактора журнала и сопредседателя конференции [1].

Сегодня мы предлагаем вашему вниманию первую подборку откликов от участников и гостей конференции и их впечатлений.

Форма, объем и, собственно, *жанр* этих текстов, как уже говорилось в [1], принципиально произвольны.

В. М. Алпатов (д-р филол. наук., Москва): Ещё раз спасибо за тёплый приём. Конференция была интересной. Жаль лишь, что не было времени на обсуждение докладов. Я оба дня, которые там был, размышлял об одном загадочном тезисе Марра, который вспомнился во время докладов, но так и не успел об этом сказать. Марр писал: «Диалектико-материалистическое мышление переросло линейную речь, с трудом умещается в звуковую, и, перерастая звуковую, готовится к лепке, созиданию на конечных достижениях ручного и звукового языка, нового и единого языка, где высшая красота сольется с высшим развитием ума». Под линейной имеется в виду жестовая речь, а лепка на гончарном круге – люби-

**ABOUT THE INTERNATIONAL CONFERENCE
«SPEECH GENRES AND “SPEECH GENRES”»
(RESPONSES OF THE PARTICIPANTS
AND GUESTS OF THE CONFERENCE)**

The review of the international conference «Speech Genres and “Speech Genres”», dedicated to the 100th anniversary of humanities education in Saratov State University and the 20th anniversary of the international scientific journal “Speech Genres” (Saratov State University, 27–29 November 2017). The conference was attended by researchers from Saratov, Veliky Novgorod, Volgograd, Voronezh, Hanover (Germany), Ekaterinburg, Kazan, Krasnoyarsk, Minsk (Belarus), Moscow, Novosibirsk, Omsk, Penza, Perm, Samara, St. Petersburg, Simferopol, Tomsk, Haifa (Israel), Chelyabinsk, Yaroslavl. There were 82 participants, from another town – 34 participants, doctors of sciences – 48. There were sections: general problems of the theory of speech genres; research of specific genres; genres of art; genres of media, and Internet genres.

Key words: speech genres, general problems of the theory of speech genres, artistic genres, genres of media, Internet genres.

мый образ автора цитаты. Беда Марра была в том, что он, не будучи учёным по складу (он, например, просто не понимал, зачем идеи надо доказывать), обратился к сфере науки, да ещё и стремился там к господству. Но интуиция у него бывала гениальная. И в данной цитате, отвлекаясь от высокопарного стиля и привязки процесса к построению коммунизма, привлекает внимание тезис о перерастании рамок звуковой речи и созидании чего-то нового. Но чего? Одну гипотезу мне высказала когда-то дама – психолог: речь шла о телепатии: если так, то проблему можно не обсуждать, и почти за сто лет тут ничего нового не созидалось. Но не предсказал ли он «визуальную революцию»? В 1995 г. на конференции в МГУ «Лингвистика на исходе XX века» я устроил мини-опрос, и с этим согласились. Тем более надо учитывать, что революция при Марре уже началась: появилось кино, которое тогда было немым. А сейчас много докладов было о современных средствах коммуникации, и очевидно, что, во-первых, всё большую роль играют «картинки», во-вторых, долго игнорировавшаяся лингвистами письменность берёт реванш. А звуковая коммуникация основывается всё на той же телефонной связи. Мобильная связь на технологии самого разговора не сказывается.

Т. В. Дубровская (д-р филол. наук, Пенза): Провести три дня в компании настоящих учёных, людей, близких мне не только по направлению лингвистических исследований, но и по духу, слушать, обсуждать,

спорить – это настоящее научное удовольствие. Для меня вдвойне ценно, когда такое удовольствие можно получить в стенах *alma mater*, Саратовского государственного университета им. Н. Г. Чернышевского. Неизменно восхищаюсь наблюдательностью, увлечённостью, живым вниманием к фактам речи и одновременно глубоким теоретизированием саратовских лингвистов. Организаторы конференции и их единомышленники, собравшиеся на форуме, посвящённом 100-летию гуманитарного образования в Саратовском национальном исследовательском государственном университете имени Н. Г. Чернышевского и 20-летию журнала «Жанры речи», вновь показали включённость речевых явлений в социальные процессы и вытекающую из этого важность изучения речи, в том числе в её жанровых формах. Утверждение М. М. Бахтина о том, что «речевые жанры – это приводные ремни от истории общества к истории языка», не утратило значения и продолжает осмысливаться с точки зрения репрезентации социальных явлений в трансформациях старых жанров и появлении новых жанровых форм. Уверена, все участники прекрасной конференции под руководством В. В. Прозорова и В. В. Деметьева получили пищу для размышлений, идеи для выработки новых концепций и обрели источник научного вдохновения.

И. Ю. Иванюшина (*д-р филол. наук, Саратов*): Большое спасибо организаторам! С безусловным успехом!

Т. В. Матвеева (*д-р филол. наук, Екатеринбург*): Спасибо Вам за конференцию и не только. Вы делаете большое дело, упорно и целенаправленно. Этого почти никто не может, а Вы можете. Конференция, по-моему, была хорошая. Жаль только, что Вы не стали делать теоретический доклад. Обратили внимание, как слушали Салимовского? Другое качество тишины было. Народ стосковался по теории, а Вам есть что сказать.

А. Мустайоки (*д-р филол. наук, Хельсинки*): У вас собралась очень хорошая группа людей. Жаль, что не смог приехать.

Н. В. Орлова (*д-р филол. наук, Омск*): Мне всё понравилось, конференция удалась по всем статьям, особенно приятно видеть старых знакомых в здравии и научном задоре.

Н. Н. Панченко (*д-р филол. наук, Волгоград*): Самая огромная благодарность за конференцию – за возможность общения с коллегами. Конференции такого уровня – величайшая редкость в последнее время!!! Это без преувеличения – настоящая наука (которая, увы, часто сейчас заменяется суррогатом), это настоящие научные дискуссии – доброжелательные и полезные, стимулирующие дальнейшие изыскания. Это то, чем хочется и чем должны заниматься преподаватели вуза!

Преклоняюсь перед организаторами мероприятия! Все очень продумано и систематизировано, четко распределены обязанности – высший пилотаж!

Представляю, сколько сил и эмоциональных затрат повлекло, но оно того стоило!

Е. А. Пономаренко (*д-р филол. наук, Симферополь*): Конференция показала высокий уровень развития лингвистической науки. Ценным является тот факт, что эта конференция собрала учёных-единомышленников, обсуждающих проблемы жанро-

вой организации речи. Конференция показала, что интерес к исследованию многочисленных аспектов речевых жанров основывается на понимании того, что речевые жанры представляются как один из наиболее эффективных объясняющих механизмов при рассмотрении ситуаций использования языка, механизмов порождения и интерпретации речи.

Большое спасибо организаторам конференции за радостный приём, содержательное научное общение, обмен мнениями и возможность проявить свои разработанные идеи!

Это был настоящий праздник! Удивительные по содержанию и информативности доклады, интересные люди, высокий академический уровень! С радостью буду участвовать в ваших конференциях.

В. В. Салимовский (*д-р филол. наук, Пермь*): Спасибо! Очень хорошая фотография. А главное, очень хорошая конференция!

К. М. Шилихина (*д-р филол. наук, Воронеж*): Большое спасибо за организацию этого замечательного события и гостеприимство!

Т. В. Шмелева (*д-р филол. наук, В. Новгород*): Спасибо за то, что позвали, дали возможность послушать коллег и выступить. Думаю, Вы напишете отчет о конференции, где проанализируете, как она представила современное состояние жанроведения. С интересом читаю. Надо будет прочитать Салимовского, да и всех тоже: чтение дает другие впечатления, чем слушание.

Ф. О. Байрамова (*канд. филол. наук, Москва*): Конференция «Жанры речи и “Жанры речи”» собрала представительный состав жанроведов и филологов иных специализаций со всей России и не только. Безусловно, саратовская школа была представлена в своём ярчайшем составе, при этом представители других школ и концепций имели возможность показать свои исследования и вести предметные дискуссии. Тематика конференции, несмотря на жанровую направленность, позволила заглянуть и за рамки жанров речи, предоставив возможность участникам показать многогранность изучения речи во всем её разнообразии. Культурная программа обогатила программу конференции, а общая атмосфера располагала к развитию научной мысли.

Если говорить о личных впечатлениях и эмоциях, то было очень приятно увидеть и услышать светлых лингвистов и русистов в частности – тех, чьи имена обычно находишь в списках литературы, в коллективе авторов или редакторах, но кого редко доводится наблюдать вживую – О. Б. Сиротину, В. М. Алпатову, Т. В. Шмелеву, О. С. Иссерс, В. В. Деметьева и других замечательных исследователей. В такие моменты появляется ощущение причастности к чему-то высокому и настоящему, наука предстаёт как живая и гибкая материя, горизонт которой простирается далеко, но всегда виден и привлекает взор.

А. В. Громова (*канд. филол. наук, Москва*): Огромное спасибо за конференцию и удивительную атмосферу! Впечатления самые наилучшие! Надеюсь, что наше взаимодействие будет продолжено.

С. Ю. Данилов (*канд. филол. наук, Екатеринбург*): Ты не первый раз возвращаешь меня к жизни, в том числе научной. О конференции – все тебе удалось. Научные обобщения мои неавторитетны, но я скажу: жанры рулят, кому попало помогают,

я счастлив, что услышал очень мало глупых споров, разговоров жанр или не жанр, один или несколько, каких терминов держаться.

А. Г. Кириллов (канд. филол. наук, Самара): Большое спасибо за вашу прекрасную конференцию и радушный приём! С огромным удовольствием принял в ней участие и послушал замечательные доклады в своей секции. За всем этим стоит Ваша заслуга – кропотливый труд организаторов, которые сделали всё, чтобы гости чувствовали себя хорошо. Не могу не отметить чудесный университетский городок и уютность Саратова.

В. В. Леонтьев (канд. филол. наук, Волгоград): За прошедшие с момента отъезда из Саратова 2 дня я вспоминал Пленарное заседание, нашу секцию, посещение Музея А. Н. Радищева. Да, и отличное общепитие на улице Рабочей. Все было замечательно! Спасибо за отличную организацию конференции. По нынешним тяжелым временам все было супер!

Н. Г. Мальцева (канд. филол. наук, Саратов): Спасибо за конференцию, здорово было! Организация и подбор участников прямо прекрасные, кажется, всем понравилось, даже самым привередливым; мне – само собой.

Н. В. Новикова (канд. филол. наук, Саратов): Ещё раз с удовольствием скажу о конференции, проведение которой, понятно, лежало в основном на Ваших плечах. Очень тёплое чувство от участия в хорошем, стоящем, серьёзном деле, и – уверена – не у меня одной. В третий её день, уже на трёх прак-

тических подряд (на 3-м курсе) говорила студентам о своём впечатлении, кое-кто из них был на пленарном (а можно было бы снять их с занятий в первый хотя бы день). В общем, есть чему радоваться и чем гордиться. Поздравляю!

Т. М. Цветкова (канд. филол. наук, Москва): Спасибо! Все «вошли» и прекрасно получились! Ещё раз спасибо за конференцию! Отдельное спасибо Гульнаре и Роману, которые нас опекали (а меня по моей старости и простуженности – особенно!)! А где в Саратове фонтан, куда надо было бы бросать монетку, чтобы вернуться? С уважением, благодарностью и признательностью!

В. П. Некрылова (ст. эксперт, Москва): Спасибо Вам и Вашим коллегам за организацию такого воодушевляющего мероприятия, отличное настроение и рабочую атмосферу!

Продолжение следует...

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Дементьев В. В. О международной научной конференции «Жанры речи и “Жанры речи”» (размышления главного редактора) // Жанры речи. 2018. № 2 (18). С. 157–161.

REFERENCES

1. Demytyev V. V. About the International Conference «Speech Genres and “Speech Genres”» (editor’s reflections). *Speech Genres*. 2018, no. 2 (18), pp. 157–161 (in Russian).

Редактор *Е. А. Митенёва*
Корректор *Е. Б. Крылова*
Технический редактор *Т. А. Трубникова*
Оригинал-макет подготовил *И. А. Каргин*

Учредитель: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н. Г. Чернышевского».
410012, Саратовская область, Саратов, ул. Астраханская, 83

Подписано в печать 30.08.2018.
Формат 60 × 84/8.
Усл. печ. л. 9.33 (10.0). Тираж 70. Цена свободная. Заказ 114-Т.

Издательство Саратовского университета.
410012, Саратов, Астраханская, 83.
Типография Саратовского университета.
410012, Саратов, Б. Казачья, 112А.